

Joan Cwaik

El Algoritmo



¿QUIÉN DECIDE
POR NOSOTROS?

Joan Cwaik

El Algoritmo

¿QUIÉN DECIDE
POR NOSOTROS?

1	El algoritmo en su laberinto	15
	Aquí manda un código: mito o realidad	23
	Personalización a la carta o cómo enjaularte con tu playlist favorita	26
	El precio de la conveniencia	28
	Burbujas que rebotan (pero nunca explotan)	30
	La trampa de la optimización	32
	Patrones que nadie ve pero todos seguimos	35

2	El algoritmo del amor	37
	Del drama shakespeariano al swipe infinito	42
	Códigos para enamorarse (y desenamorarse)	50
	Amor en versión app: ¿cupido o espejismo?	56
	La revolución algorítmica de la pasión	59
	Mercados de conexiones: cuando el amor se compra y se vende	63
	La chispa domesticada	65
	Cartografías sentimentales	68
	¿Existe un amor sin algoritmos?	71
	Más allá del amor algorítmico	74

3	El algoritmo y las amistades	77
	Un café entre hiperconsumidores	81
	Nostalgia digital: el pasado que se repite en pantalla	84
	La hiperpersonalización y los patrones invisibles: ¿estamos de verdad juntos?	86
	La trinchera de las conexiones auténticas	89
	No hay amistad sin cuerpos	91

4	El algoritmo y la ansiedad	95
	El tobogán que no frena: mente ansiosa y feeds eternos	97
	Conectados las 24 horas, intranquilos todo el día	102
	Programados para temer	105
	Vigilar y ser vigilado: la amistad paranoica	109
	La ansiedad como combustible	111
	La dictadura del doble check	113

5	El algoritmo y la política	117
	La democracia atrapada en un feed	119
	La plaza pública se llama X	123

Sesgo programado o elecciones con trampa	126
Política viral: del discurso a la tendencia	130
El experimento digital de la democracia	132
¿Espectáculo infinito o debate real?	136

6	El algoritmo y el entretenimiento	141
	Cuando el ocio se volvió un loop	143
	Play y autoplay	147
	La ansiedad de verlo todo	150
	Playlists calculadas, canciones enlatadas	152
	Series hechas por números, música hecha por tendencias	155
	El ocio como trabajo: todo es contenido	157
	El lujo de aburrirse	160

7	El algoritmo y la economía	165
	Ministerios de silicio: cuando las Big Tech dictan políticas	170
	Wall Street sin humanos	173
	El culto a las acciones hypeadas	177
	Hackear (y perder) en la misma jugada	180
	Invertir sin entender	182
	Tu jefe es un algoritmo (y no hace chistes)	184
	El precio que solo vos pagás	187

8	El algoritmo y la verdad	193
	El nacimiento de la realidad a medida	197
	Nutrición viral, mitos y placebos	199
	ChatGPT, DeepSeek y la versión de la historia	201
	Deepfakes y la muerte de la evidencia	204
	Google y Wikipedia deciden qué sabemos: del adoctrinamiento invisible a la radicalización	208
	El algoritmo como maestro	212
	Radicalizarnos sin darnos cuenta	214
	La pregunta final: si todo puede falsificarse, ¿qué es verdad?	218

Hackear el algoritmo: ¿y si nos salimos del juego?	223
El algoritmo y la muerte: la última estación	227
Glosario para no perderse en el algoritmo	231
Bibliografía	241
Agradecimientos	243



**EL ALGORITMO
EN SU LABERINTO**

La palabra “algoritmo” se usa con frecuencia, pero su significado varía según quién la diga. Así que comencemos con las definiciones. Según el estadounidense Donald Knuth, una de las figuras más influyentes en el desarrollo de la informática y apodado, precisamente, el padre del algoritmo, se trata de “un procedimiento finito, bien definido y efectivo que, partiendo de un conjunto de datos iniciales, produce un resultado deseado”. Matemático de formación, define el concepto con precisión y eficiencia.

Thomas H. Cormen, en su libro *Introducción a los algoritmos* (1990), señala que un algoritmo debe ser determinístico y predecible, lo que significa que, si se le da el mismo conjunto de instrucciones y condiciones iniciales, siempre producirá el mismo resultado. Un algoritmo determinístico sigue un camino fijo, sin margen de aleatoriedad. Ante la misma entrada, el proceso y la salida serán siempre iguales.

En el ámbito del Derecho y la Filosofía, Cathy O'Neil, en su libro *Armas de destrucción matemática* (2016), redefine el algoritmo como “una serie de reglas opacas que procesan datos de manera que amplifican sesgos y consolidan desigualdades”. Su perspectiva pone el énfasis en el impacto social de los algoritmos, y advierte sobre los peligros de su uso desregulado.

Para Pedro Domingos (*The Master Algorithm*, 2015), un algoritmo es “la búsqueda de patrones a partir de datos”, una definición que nos lleva al núcleo del aprendizaje automático.

¿Con cuál me quedo yo? Todas estas definiciones son válidas, pero a la vez, siento que ninguna abarca completamente el fenómeno. Técnicamente, un algoritmo es un conjunto de instrucciones para resolver un problema. Pero, en su aplicación social, es un sistema que no solo procesa información, sino que altera la realidad de quienes lo usan.

Por eso me animo a construir mi propia definición: un algoritmo es un mediador invisible entre el dato y nuestra percepción de la realidad. Un intérprete que traduce miles de millones de interacciones en decisiones que, aunque parecen impersonales, afectan profundamente nuestras emociones y conductas. El algoritmo no quiere que te detengas, no quiere que pienses, no quiere que contemples. Pero, ¿quién o qué es realmente el algoritmo? ¿Quién define esas reglas que parecen empujarnos a consumir sin descanso?

Más allá de ser un proceso lógico, también es un artefacto simbólico, impregnado de las intenciones y valores de quienes lo crean. El algoritmo es el lenguaje con el que la tecnología nos habla. Y como en toda conversación, lo que se dice y lo que se evita es igual de crucial.

Y ahí radica el desafío. Si bien podemos entender su estructura matemática, lo que realmente importa es cómo esos algoritmos

están configurados para priorizar ciertos resultados y descartar otros. No es lo mismo un algoritmo que optimiza nuestra experiencia en redes que uno que decide si calificamos para un préstamo, o un puesto de trabajo. La transparencia y la ética se vuelven vitales en un mundo donde estos procesos invisibles no solo nos acompañan, sino que nos moldean o limitan.

El impacto de los algoritmos en la sociedad ha sido analizado por distintos pensadores en los últimos años. Eric Sadin, filósofo y ensayista francés, ha desarrollado una crítica brutal sobre la automatización y cómo las grandes plataformas están erosionando la autonomía humana sin que nos demos cuenta. Para Sadin, el problema no es la tecnología, sino su colonización absoluta de nuestras decisiones.

El filósofo hongkonés Yuk Hui, por otro lado, ha llevado el debate a una dimensión más metafísica: si la tecnología no es solo una herramienta del presente, sino una fuerza que define qué tipo de futuro podemos imaginar, entonces la pregunta central no es qué hacen los algoritmos con nosotros, sino qué hacen con nuestra capacidad de proyectar alternativas. Nick Srnicek, economista político canadiense, complementa esta visión desde un ángulo estructural, explicando en *Capitalismo de plataformas* (2018) cómo estas infraestructuras no son neutras, sino mecanismos de extracción de valor diseñados para concentrar riqueza y poder en pocas manos.

No es exagerado decir que los algoritmos no solo influyen en lo que vemos y hacemos, sino en lo que creemos posible. Los *feeds* que consumimos no son neutrales. Las recomendaciones, tampoco. Lo que aparece primero en una búsqueda de Google o en ChatGPT no es casualidad. Lo que se vuelve viral no es espontáneo. La información que llega a nuestras manos está mediada por ecuaciones escritas por personas con intereses específicos. Cuando

un algoritmo filtra eso a lo que accedemos, está estableciendo los límites de nuestro pensamiento. Cuando prioriza ciertas narrativas, modela nuestra percepción del mundo. En otras palabras, los algoritmos no son solo códigos que procesan datos: son arquitectos invisibles de nuestra cosmovisión, y quizás, los verdaderos dueños del siglo XXI.

Si queremos entender cómo nos relacionamos con los algoritmos, necesitamos dejar de pensar en ellos como entidades autónomas y empezar a verlos como lo que son: creaciones humanas con intenciones humanas. Y como toda creación humana, también podemos cuestionarlos y desafiarlos.

Pero hay algo aún más peligroso que aceptar ciegamente el algoritmo como una verdad incuestionable: entregarle el control sin darnos cuenta, confiando en que sus decisiones son siempre las correctas. Es la misma trampa en la que cayó el aprendiz de brujo en el famoso poema de Goethe, escrito en 1797 y cuya capacidad para ilustrar dilemas humanos sigue siendo absolutamente actual. *El aprendiz de brujo* nos presenta a un joven impaciente que, en ausencia de su maestro, decide usar la magia para hacer su vida más fácil: encanta una escoba para que lleve agua en su lugar. Lo que no prevé es que la escoba, al no recibir órdenes de detenerse, inunda el lugar sin control. Incapaz de revertir el hechizo, el aprendiz presencia cómo la solución que había imaginado para su comodidad se transforma en su peor pesadilla.

¿Qué tiene que ver esto con los algoritmos? Todo. Vivimos en un mundo donde hemos diseñado sistemas cada vez más sofisticados para ahorrarnos esfuerzos, y delegamos decisiones en máquinas con una fe ciega en su infalibilidad. Queremos que los algoritmos nos recomienden qué leer, qué mirar, con quién hablar, a quién amar, a quién odiar, qué comprar. Los dejamos operar en

el fondo, sin cuestionar cómo ni por qué toman las decisiones que toman. Nos decimos que están optimizados para nuestro beneficio, que nos simplifican la vida, pero ¿qué pasa cuando la escoba no deja de traer agua? ¿Cuando el *feed* de noticias nos encierra en una burbuja ideológica? ¿Cuando los sistemas de recomendación refuerzan sesgos y eliminan toda posibilidad de sorpresa? ¿Cuando nuestra propia identidad digital termina moldeada por decisiones que ni siquiera sabemos que se están tomando?

En *El aprendiz de brujo*, el problema no es la magia en sí, sino la falta de control sobre ella. La historia termina cuando el maestro regresa y, con un gesto, revierte el caos. Pero en nuestro mundo no hay un maestro que venga a arreglarlo todo. No hay nadie que detenga la inundación. No hay un botón de “deshacer” cuando la automatización empieza a reemplazar el pensamiento crítico, cuando la personalización se vuelve una forma de manipulación. Seguimos encantados con la promesa de que los algoritmos entienden lo que queremos antes de que lo sepamos, sin darnos cuenta de que muchas veces nos están enseñando a querer solo lo que ellos pueden darnos.

Quizás ya estemos en esa parte de la historia en la que el agua nos llega a las rodillas y nos damos cuenta de que algo no está bien. Pero la pregunta es si vamos a reaccionar a tiempo, si todavía podemos recuperar la escoba antes de que el algoritmo —con su promesa de conveniencia— nos ahogue del todo.

Es curioso: una palabra tan técnica ahora es parte de nuestras charlas diarias, casi como si habláramos de un viejo conocido. El algoritmo se convirtió en algo vivo, un ser al que culpamos, halagamos y tememos en partes iguales. Desde una foto que no alcanza el *engagement* (interacción o compromiso) esperado hasta una sugerencia de compra que parece adivinar lo que queremos,

el algoritmo aparece en todas nuestras experiencias digitales, dejando una huella invisible pero cada vez más omnipresente. Nos gustaría creer que podemos domesticarlo, que si seguimos ciertas reglas lograremos que nos favorezca, que nos premie, que nos impulse. Pero la verdad es que no está diseñado para complacer-nos, sino para mantenernos en movimiento. En la economía de la atención, el pecado capital es detenerse.

Si lo pensamos, el algoritmo se volvió un poco nuestro villano favorito en esta era. No es raro escuchar a alguien culparlo, como si fuera un personaje en una novela de misterio que planifica nuestras caídas detrás de una cortina de ceros y unos. Y lo mejor (o lo peor) de todo es que este villano no tiene cara, voz y ni siquiera una identidad definida, lo que le da un poder absoluto para convertirse en cualquier cosa que queramos. Lo imaginamos decidiendo, mirando, escuchando, evaluando, juzgando cada uno de nuestros movimientos, como un crítico implacable que se oculta en la caja negra de nuestros dispositivos. Nos encanta imaginar que conspira contra nosotros, como si tuviera intenciones o, peor aún, algún placer retorcido en ignorar nuestras fotos o revivir ese meme del que nos arrepentimos a los cinco minutos.

Pero por más enigmático y “vivo” que pueda parecer, un algoritmo es solo un conjunto de reglas matemáticas y líneas de código. No tiene humor, ni caprichos, ni preferencias. No trama ni maquina. Funciona en base a instrucciones frías, lógicas y, muchas veces, bastante simples. Nada más y nada menos.

Y sin embargo, no deja de resultar paradójico que la falta de humanidad sea justamente la que nos hace atribuirle cualidades casi humanas. Tal vez sea nuestra forma de racionalizar un mundo digital que, aunque construido por nosotros, parece operar

fuera de nuestro control. En esa incertidumbre, el algoritmo se convierte en un dios menor de nuestra era: omnipresente, incuestionable, operando en las sombras, mientras nosotros intentamos descifrar sus intenciones. Cuando, en realidad, lo que deberíamos cuestionar es quién lo programó y con qué incentivos.

Aquí manda un código: mito o realidad

¿Quién no ha escuchado a alguien decir “el algoritmo me odia” o “el algoritmo está en mi contra”, como si fuera omnipotente y omnisciente?

Me acuerdo de una charla telefónica con mi amiga Florencia Libertini, directora de arte que vive en París. Había pasado semanas ajustando el contenido para su marca personal, tratando de decodificar lo que “quería” el algoritmo de Instagram. “Es como si tuviera una personalidad propia, ¿no?”, me dijo, algo agotada y desganada.

Y sí, de algún modo la tiene: los algoritmos aprenden de nosotros. Pero esta personalidad no surge de una intención consciente, sino de patrones que el propio sistema alimenta con nuestros datos.

Como cuando te mirás al espejo y en lugar de ver tus rasgos te imaginás lo que otros dicen de vos, de manera similar la sociedad digital ha creado un espejo distorsionado, en el que el algoritmo actúa como el comentarista invisible que define la imagen pública. Esto no es nuevo: antes leíamos cartas, ahora leemos métricas; antes consultábamos oráculos, ahora miramos estadísticas de likes y shares.

Aunque no parezca, esta visión mítica del algoritmo lleva décadas en formación. ¿Cuántas veces hemos visto películas donde los sistemas son tan sofisticados que parecen actuar con autonomía y voluntad? Desde *2001: Odisea del espacio* (1968), con HAL

9000¹ tomando control de la nave, hasta *Ex machina* (2014), donde una IA desafía los límites de la conciencia y la manipulación, el cine ha reforzado esta idea. O *Her* (2013), que nos muestra un algoritmo capaz de enamorar y romper corazones, y nos lleva a cuestionar si la inteligencia artificial puede realmente comprendernos o solo nos devuelve lo que queremos oír. Este imaginario nos ha llevado a una relación ambivalente: nos fascinan y nos asustan a la vez.

En la vida real, es común ver cómo algunos confían en rituales para agradar al sistema digital. Hay creadores de contenido que creen que publicar a una hora exacta o usar una combinación precisa de hashtags les abrirá las puertas de la fama. Es casi como si recitaran un conjuro antiguo o un mantra para despertar a una deidad moderna. Estos rituales, si bien pueden parecer absurdos, reflejan la necesidad humana de encontrar orden en el caos, incluso cuando ese orden proviene de una herramienta diseñada por nosotros mismos.

Esta mitificación se ha intensificado exponencialmente con la masificación de las redes sociales y las plataformas de streaming. Mis alumnos universitarios ven en TikTok un oráculo digital: “Sabe lo que quiero antes de que yo”, me dijo uno hace poco”, me dijo uno hace poco, como si fuera un horóscopo digital que predice nuestras acciones y gustos.

Si en tiempos pasados se consultaba la carta astral para decidir sobre el futuro, ahora consultamos el *feed* para anticipar lo que nos espera. La diferencia radica en que el algoritmo se apoya en datos reales, aunque su interpretación sea tan mística como un

1. HAL 9000 fue la primera inteligencia artificial que no necesitó Wi-Fi para volverse polémica. Creado por Arthur C. Clarke y Stanley Kubrick para 2001: *Odisea del espacio*, HAL era el cerebro y los ojos de la nave Discovery One, un sistema tan avanzado que terminó tomando medidas extremas contra la tripulación para evitar el destino más temido por una IA: ser desconectada. Con su voz serena y su mirada roja omnipresente, HAL no solo anticipó el dilema de la confianza en la tecnología, sino que también dejó una pregunta abierta: ¿qué pasa cuando la máquina decide que el error es el humano?

signo zodiacal. Esta analogía nos ayuda a ver que, a pesar de su eficiencia, la esencia de lo humano sigue siendo impredecible y no reducible a números.

El problema es que esta percepción nos coloca muchas veces en una posición de pasividad. En vez de usarlos, los adoramos. En vez de cuestionarlos, les tememos. Esta idea de que los algoritmos son todopoderosos es, en muchos sentidos, una manera de simplificar algo que es complejo y difícil de entender. Y esta simplificación nos cuesta caro: nos hace sentir víctimas de una tecnología incontrolable.

Las civilizaciones antiguas explicaban lo inexplicable con dioses caprichosos. Hoy, en pleno siglo XXI, hemos reemplazado esos dioses por algoritmos, otorgándoles poderes y motivaciones que simplemente no tienen. Detrás de cada algoritmo hay programadores, decisiones y objetivos comerciales. No son entidades místicas, sino herramientas diseñadas para cumplir funciones concretas.

Por eso necesitamos entender que, si bien son poderosos, no son infalibles ni omnipotentes. Son herramientas que podemos comprender, cuestionar y, en muchos casos, ajustar a nuestras necesidades. Solo si dejamos de mitificarlos podremos usarlos en vez de ser usados por ellos. Y esto sea, quizás, uno de los desafíos más importantes que enfrentamos en la alfabetización digital e informacional del siglo XXI.

En definitiva, para recuperar el control sobre nuestras decisiones digitales no hay que ignorar el algoritmo, sino leerlo con espíritu crítico. Si un contenido inesperado aparece en tu *feed*, frena. Preguntate: ¿es mi curiosidad o el reflejo de mis hábitos? Esa reflexión, por modesta que sea, es un paso hacia una relación más consciente con la tecnología.

Personalización a la carta o cómo enjaularte con tu playlist favorita

Si los algoritmos solo siguen patrones sin conciencia, ¿por qué sentimos que nos controlan? En su afán por “encajar”, los algoritmos nos devuelven un reflejo simplificado: una versión reducida de nosotros mismos.

La personalización perfecta promete acercarnos a nuestros gustos y abrirnos un universo de contenido único. Pero, en realidad, estrecha nuestra experiencia hasta reducirla a una fracción de lo que podría interesarnos.

Me acuerdo de cómo TikTok comenzó a mostrarme videos sobre tecnología, cartas Pokémon y bromas breves que parecían hechas a mi medida. Cada vez que abría la app, me susurraba: “Sé exactamente qué te va a divertir”. Al principio sentía que estaba en una especie de mundo donde mis intereses —de adulto responsable— estaban perfectamente comprendidos, donde no hacía falta buscar porque el contenido llegaba a mí sin esfuerzo.

Sin embargo, con el tiempo, ese mundo a medida se volvió un espacio monótono y predecible. Lo que antes me asombraba se convirtió en un bucle: los mismos temas, caras y argumentos, una y otra vez. TikTok, que había sido un océano de posibilidades, se tornó en una pecera donde nadaban siempre los mismos peces. Me di cuenta de que esa experiencia de personalización no estaba ampliando mi horizonte, sino reduciéndolo. Había pasado de ser una invitación a explorar a ser una cárcel de temas que me separaba de cualquier incursión en terrenos nuevos o desconocidos.

El espejismo de la personalización no solo afecta el entretenimiento: también moldea nuestra relación con la información y el conocimiento. Nos hace ver solo una pequeñísima parte de la rea-

lidad, la que el algoritmo “cree” que queremos ver. Y lo que es peor, se filtra en nuestro sentido de identidad, empujándonos a creer que solo somos ese conjunto limitado de preferencias visibles. Como si nos redujera a una caricatura.

También me di cuenta de que esta personalización no es realmente sobre mí, es sobre una versión simplificada y predecible de mí. Una construcción digital que, si bien se basa en aspectos de mis gustos y decisiones, no llega a captar mi verdadera complejidad. Como me pasó en mi intento de hackear la app de citas (que cuento más adelante), pienso en cuántas veces quise explorar algo diferente y terminé en la misma zona de confort a la que el algoritmo insiste en devolverme. Como si estuviera en *The Truman Show*: atrapado en un mundo a medida, sin saber que las elecciones ya fueron calculadas.

Y esto es lo que me lleva a pensar: si dejamos que el algoritmo nos defina, nos convertimos en copias predecibles de nosotros mismos. La personalización debería ser un punto de partida, una puerta que se abre a nuevas experiencias. Paradójicamente, el algoritmo, al “conocernos”, nos encierra en una versión incompleta de nuestra identidad. ¿Por qué? Porque su objetivo es retenernos el mayor tiempo posible, recurriendo a lo que reconoce como “nuestros intereses” y ofreciéndonos más de lo mismo, una y otra vez. ¿Para qué? Para sostener el ciclo de uso continuo: cada *click* refuerza la burbuja y la vuelve más hermética. El resultado es un retrato parcial que prioriza lo predecible y sacrifica la diversidad que nos hace humanos.

Pensá en las veces que intentás romper la rutina navegando en internet y, sin darte cuenta, te terminás sumergiendo en una sección que ya conocés de sobra. Esa sensación de *déjà vu* digital no es casual; es la huella de un algoritmo que repite incansablemente patrones que te resultan cómodos. Este fenómeno se

asemeja a elegir siempre el mismo café de la esquina, sin explorar nuevas cafeterías.

Como cuando lees una noticia y el sistema te sugiere artículos que repiten el mismo enfoque, creando una especie de “eco informativo”. Esto puede llevar a que, sin darte cuenta, formes una visión muy estrecha de la realidad. No es ignorancia, es diseño: la comodidad de lo recurrente por sobre la riqueza de lo diverso.

Además, es interesante notar cómo la ilusión de una personalización perfecta genera una falsa sensación de seguridad. Creés que el contenido se ajusta a vos, pero olvidás que es una selección automática, sin matices. Así, lo que podría ser una herramienta de descubrimiento se transforma en un mecanismo de autolimitación. Para vos, que alguna vez sentiste curiosidad por un tema fuera de tu zona de confort, es fundamental cuestionar por qué el sistema no te lo ofrece.

El precio de la conveniencia

La personalización, aunque un espejismo, nos resulta conveniente. Si creemos que el tiempo es un valor preciado: con un solo *click* los algoritmos de recomendación nos ahorran la búsqueda activa. Spotify y Netflix nos han enseñado a confiar en esta personalización, que promete darnos solo lo que “queremos”. Según el informe *Engaging with Music 2023* de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI), el 32 % del tiempo dedicado a escuchar música se realiza a través de servicios de streaming de audio, mientras que el 31 % corresponde a plataformas de video como YouTube y TikTok.² Lo que empezó como una ayuda para navegar

2. Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI). (2023). *Engaging with Music 2023*. IFPI. Recuperado de https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/12/IFPI-Engaging-With-Music-2023_full-report.pdf

el exceso de contenido ahora estructura nuestro consumo y reduce la variedad en favor de la comodidad.

Este concepto de conveniencia se ha extendido al punto de modelar nuestros hábitos de consumo y hasta nuestro comportamiento. En plataformas como YouTube, el 70 % del tiempo que los usuarios pasan en el sitio proviene de recomendaciones automáticas.³ Al confiar en estas recomendaciones, estamos delegando en el algoritmo una parte de nuestra libertad de elección; le permitimos moldear nuestra experiencia de forma predecible, y perdemos, casi sin darnos cuenta, el impulso natural de buscar algo que realmente nos hable.

Observá cómo, al recorrer tu *feed* de noticias o playlists, la repetición se vuelve palpable. Al conformarnos con lo que nos ofrecen, cedemos muchas veces nuestra curiosidad y espíritu crítico. Es como caminar por una ciudad usando solamente las rutas preestablecidas en un GPS, sin desviarnos ni explorar. ¿Qué nos perdemos cuando aceptamos esta versión "optimizada" de la realidad?

Los algoritmos funcionan porque maximizan la eficiencia, pero la eficiencia no siempre es sinónimo de calidad. En un contexto cultural, buscar lo conveniente puede significar perder de vista lo auténtico, lo que realmente se siente único y nos desafía.

Por otro lado, ¿realmente necesitamos que cada decisión sea guiada? ¿Y si, de vez en cuando, eligiéramos lo incómodo? ¿Lo que no es automático ni predecible?

El algoritmo no es el enemigo, pero tampoco debería ser nuestro guía. Explorar fuera de él es redescubrir el placer de decidir por cuenta propia, encontrar lo inesperado y conectar desde la curiosidad.

3. Knight, W. (2022). *YouTube's recommendation algorithm has a dark side*. MIT Technology Review. Recuperado de <https://www.technologyreview.com/2022/09/20/1059709/youtube-algorithm-recommendations/>

Burbujas que rebotan (pero nunca explotan)

Al estudiar cómo los algoritmos moldean nuestra experiencia digital, noté que las redes no solo personalizan el contenido: crean realidades paralelas. Cada faceta nuestra queda atrapada en una “burbuja” basada en nuestras interacciones.

Con cada *click* que hace mi “yo profesional” en redes, recibo una avalancha de contenido sobre startups, criptos e inteligencia artificial. En poco tiempo, este perfil se convierte en un universo donde los temas y discusiones se vuelven cada vez más técnicos y especializados. Pero no es en base a mi curiosidad: es el algoritmo decidiendo por mí, basándose en unos pocos *clicks*. Así, el interés inicial en un tema como la tecnología queda encerrado en un filtro estrecho que reduce el concepto a unos pocos elementos repetitivos y previsibles.

Algo similar ocurre con el contenido artístico. En redes, es común seguir artistas, museos o diseñadores, y esto da pie a recomendaciones que, en un principio, parecen ser una extensión de nuestra exploración cultural. Sin embargo, bastan algunas interacciones para que el algoritmo decida el tipo exacto de arte que “debería” gustarnos, limitándose a un nicho particular. Si miro fotos minimalistas en blanco y negro, mi *feed* se llena de ellas e ignora otros estilos.

Y así podríamos recorrer todos los rubros. Cuando exploramos contenido académico o informativo, por ejemplo: uno pensaría que temas complejos y debates profundos podrían beneficiarse de una pluralidad de puntos de vista. Pero no es así. El algoritmo detecta patrones y empieza a priorizar ciertos autores y fuentes, y a descartar otros. El algoritmo homogeneiza el conocimiento, lo simplifica. Es la llamada *cámara de eco* —término que se usa para graficar la confirmación del sesgo en las audiencias— donde el conocimiento se filtra

a través de instituciones y puntos de vista particulares. Así, mis intereses no solo se ven reflejados sino, de alguna manera, manipulados.

Cuando el contenido se orienta hacia temas sociales y de activismo, el algoritmo añade otra capa de complejidad. La realidad social y política en las redes parece amplificarse hasta el extremo. Lo vi de primera mano cuando empecé a seguir el conflicto entre Israel e Irán. Al principio, las recomendaciones eran análisis geopolíticos, debates históricos, artículos de medios internacionales. Pero, en cuestión de días, mi *feed* se convirtió en una guerra de narrativas absolutas: discursos encendidos, imágenes desgarradoras, llamados a la radicalización. No había grises, solo bandos irreconciliables.

Cada *click*, comentario o me gusta me llevaba a una versión aún más extrema de la historia. Es la arquitectura de la amplificación digital: cuanto más reaccionamos, más lejos nos llevan. No importa si lo hacemos con indignación o entusiasmo, el algoritmo no distingue emociones, solo mide intensidad. Según un estudio de 2021 publicado en *Proceedings of the National Academy of Sciences* (PNAS), los contenidos que generan emociones intensas —rabia, sorpresa, indignación— tienen un 20 % más de probabilidades de viralizarse.⁴ No es casualidad que el discurso en redes se haya convertido en una batalla de exageraciones. En este ecosistema, el matiz no sobrevive.

Éric Sadin lo advierte: la era digital nos empuja a un individualismo masificado, donde cada usuario se convierte en una antena que retransmite su propia versión de la realidad, sin fricción, sin resistencia, sin frenos.⁵ El problema es que el diseño mismo de estas plataformas favorece la confrontación sobre la conversación. No se trata solo de desinformación, sino de la transformación de la opinión

4. Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2021). *Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks*. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. <https://doi.org/10.1073/pnas.2024292118>

5. Sadin, É. (2020). *La inteligencia artificial o el desafío del siglo: anatomía de un antihumanismo radical*. Caja Negra.

en espectáculo y de la argumentación en una competencia de decibeles. La única forma de existir en redes es gritar más fuerte.

Los problemas sociales, que en el mundo real requieren contexto, paciencia y negociación, se convierten en crisis eternas sin términos medios. Las redes nos presentan una realidad que no es solo fragmentada, sino deliberadamente incendiaria. En este ciclo de indignación, el algoritmo premia la furia y anula el diálogo. Es un ecosistema donde la viralidad es más importante que la veracidad y donde la única manera de captar atención es amplificar la indignación. No importa si es cierto, importa si prende fuego la conversación.

Pero si el algoritmo solo premia lo que prende fuego la conversación, ¿qué pasa con lo que no arde? En contraste, las interacciones que tengo con amigos y familiares parecen generar un tipo de burbuja quizá menos limitante. Las recomendaciones van desde noticias hasta recetas y memes. La diversidad de estas conexiones personales parece moderar los sesgos algorítmicos, y el contenido que me llega tiene menos probabilidad de inclinarse hacia un solo tema o perspectiva. Esto nos hace pensar que las conexiones reales parecen ser el único contrapeso al encasillamiento algorítmico.

Estas experiencias muestran cómo los algoritmos no solo reflejan nuestras preferencias, también las moldean activamente. Cada interacción, por pequeña que sea, se convierte en una señal que el sistema interpreta y amplifica, hasta construir un perfil de nosotros que está tan sesgado y limitado como los datos en los que se basa.

La trampa de la optimización

“El éxito no está en la perfección, sino en la autenticidad”, me dijo un amigo creador de contenido. Esa frase quedó resonando mientras pensaba en cómo el algoritmo impone sus reglas en el mundo digital.

Escuché a muchos creadores preguntarse por qué su contenido quedaba invisibilizado, mientras otros, menos originales o profundos, se viralizaban sin esfuerzo. Esta tensión entre crear algo genuino y complacer al algoritmo es una trampa: promete visibilidad, pero diluye el mensaje.

Para muchos, la palabra “optimización” (el proceso de ajustar variables para maximizar un resultado) suena como un salvavidas en un océano rojo saturado de contenido. En redes, se convierte en una especie de mantra: gurúes, tutoriales y fórmulas prometen que, si seguimos ciertos pasos, alcanzaremos más audiencia. Pero, ¿a qué costo?

Lejos de ser neutral, la optimización impone formatos, premia ciertos estilos y margina otros. Como señala Nicholas Carr en *Superficiales: ¿qué está haciendo internet con nuestras mentes?* (2010), la cultura digital nos empuja hacia un consumo y producción frenéticos, donde la información se fragmenta y se adapta a lo que el algoritmo favorece en lugar de lo que realmente necesitamos. Lo reflexivo queda enterrado; lo rápido y digerible, amplificado.

Una investigadora de la Universidad de California, Sarah T. Roberts, ha documentado cómo la presión por seguir estas normas invisibles lleva a muchos artistas, periodistas y generadores de contenido digital a reorientar su trabajo. Roberts explica que, en lugar de publicar obras que reflejen sus propias intenciones, muchos se ven tentados a adaptar sus publicaciones para ajustarse a los formatos que obtienen más *engagement*, sacrificando, en muchos casos, la esencia de lo que realmente querían comunicar.⁶ Al adaptarse a lo viral, la expresión artística y el periodismo dejan de ser un fin: se convierten en carnada para *clicks*.

En la música, un estudio de MIDiA Research reveló que las canciones más cortas y repetitivas tienen más chances de entrar

6. Roberts, S. T. (2019). *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*. Yale University Press.

en las listas de Spotify.⁷ Cada vez más músicos recortan sus canciones para encajar en esta lógica. Lo breve se impone, los ganchos pegajosos ganan terreno. Pero como dice Tom Hulce en el film *Amadeus*: “La música está en el silencio entre las notas”. Esta necesidad de encajar en un molde algorítmico borra, justamente, ese espacio de pausa, de sorpresa y de autenticidad.

La influencia de los algoritmos en la fotografía es notable. Por ejemplo, según un artículo de *The New Yorker*, Instagram ha actualizado su plataforma para permitir hasta 20 fotos por carrusel, lo que fomenta la creación de colecciones de imágenes cuidadosamente seleccionadas para aumentar la interacción. Este cambio no solo afecta a quienes buscan popularidad en la plataforma, sino también a fotógrafos y artistas visuales que adaptan su trabajo a estos parámetros para sobrevivir en el entorno digital. Lo optimizado se convierte en norma.⁸

La trampa de la optimización es, entonces, una red sutil que va condicionando las decisiones, a veces de manera imperceptible. Lo que empieza como un simple ajuste termina moldeando el estilo, el tema y el mensaje. Es como si los algoritmos estuvieran configurando una especie de lenguaje universal del contenido, donde lo que se valora es la repetición de fórmulas exitosas en lugar de la exploración de nuevos territorios.

La necesidad de optimizar nos afecta también a nosotros, los escritores, quienes a veces necesitamos adaptar nuestros temas y estilos al formato que mejor funciona en redes. Alguien que intenta publicar contenido complejo en X, por ejemplo, puede notar que

7. MIDiA Research. (2022). *Music Subscriber Market Shares & Trends*. Recuperado de <https://www.midiaresearch.com/reports>

8. Lorenz, T. (2024, septiembre 15). “The desperation of the Instagram photo dump”. *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/culture/infinite-scroll/the-desperation-of-the-instagram-photo-dump>

las publicaciones más virales son aquellas que emplean listas numeradas o frases de impacto, sin espacio para el matiz o la profundización. En palabras de George Orwell,⁹ “en tiempos de engaño universal, decir la verdad se convierte en un acto revolucionario”. En una época de optimización constante, publicar algo auténtico, sin “mejorarlo” para el algoritmo, es casi un acto de resistencia.

El problema no es la optimización en sí misma, sino el desequilibrio que genera al imponerse como el camino dominante. Cada hashtag, cada recorte de video para encajar en la métrica ideal es una renuncia a la independencia creativa. ¿En qué lugar queda, entonces, eso tan humano que llamamos creatividad?

Patrones que nadie ve pero todos seguimos

A veces me pregunto qué queda cuando apagamos el ruido de los *feeds*, descartamos las recomendaciones y observamos, de verdad, nuestras elecciones. Y cuanto más lo pienso, más dudo de que esas elecciones sean realmente nuestras. Es como si camináramos por senderos invisibles, rutas trazadas por los algoritmos que se refuerzan hasta volverse inevitables.

Hace unos meses, al analizar lo que más consumía, noté un patrón: productividad, vida sana, eficiencia. Temas que no elegí, pero que el algoritmo impuso. Y de pronto, estaba siguiendo rutinas, probando apps de organización y recibiendo newsletters sobre hábitos saludables, como si esos intereses siempre hubieran sido míos. ¿Pero fue realmente así?

9. George Orwell (1903-1950) fue el escritor que nos dejó manuales de advertencia disfrazados de novelas. *1984* y *Rebelión en la granja* no solo anticiparon futuros distópicos, sino que prácticamente inventaron el lenguaje para describirlos: “Gran Hermano”, “doblepensar”, “neolengua”. Orwell no escribía ciencia ficción, escribía profecías incómodas sobre vigilancia, manipulación y control. Si hoy vivimos chequeando quién nos escucha a través del teléfono, es porque Orwell nos enseñó a sospechar antes de que existiera Alexa.

Esto me recordó una línea de *El gran Gatsby*, de F. Scott Fitzgerald: “Y así seguimos luchando, botes contra la corriente, empujados sin descanso hacia el pasado”. Los algoritmos viven del pasado: reciclan nuestras elecciones previas hasta reducirnos a un cúmulo de decisiones anteriores.

Y aunque somos complejos, nos devuelven siempre lo mismo, como si evolucionar no fuera una opción. Pero el algoritmo no nos obliga, nos guía con suavidad hasta un teórico destino que nunca pedimos, pero al que terminamos llegando.

Ahí está la trampa: no hay imposición, solo sugerencias persistentes que, acumuladas, nos dirigen sin que lo notemos.