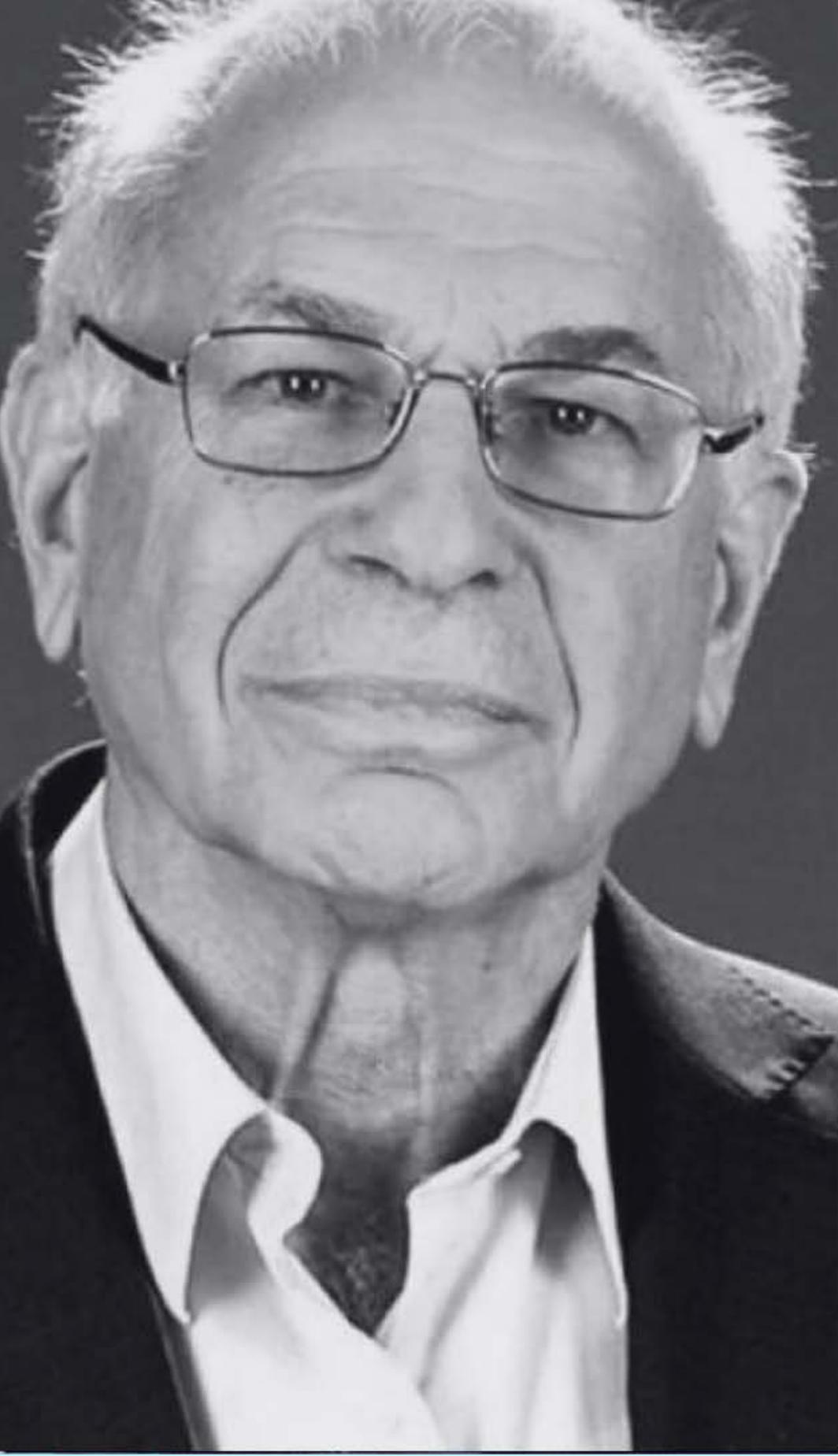


VERSIÓN 03

El Libro de los SESGOS

Ángeles Vallejo y Alfredo Vela





"Podemos estar ciegos
para lo evidente, y
ciegos además para
nuestra ceguera".

Daniel Kahneman
Psicólogo

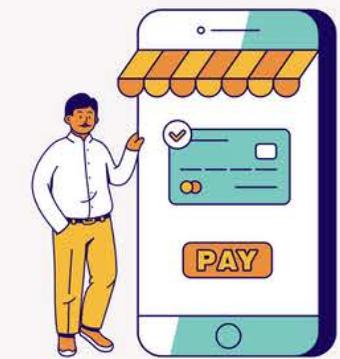
Definición de sesgo

El sesgo es una **inclinación o prejuicio hacia o en contra** de una persona, grupo, idea o cosa, que a menudo resulta en un juicio injusto o preconcebido. Los sesgos **pueden ser explícitos**, es decir, conscientemente reconocidos por la persona, **o implícitos**, lo que significa que operan a un nivel subconsciente y pueden influir en las actitudes y decisiones sin que la persona sea plenamente consciente de ello.

En el contexto psicológico y social, el sesgo a menudo afecta la forma en que las personas perciben y se relacionan con otras basándose en características como la raza, el género, la edad, la orientación sexual, la religión, la nacionalidad, entre otras. Estos prejuicios pueden llevar a la discriminación y a la **toma de decisiones sesgada en diversos ámbitos**, como el empleo, la educación, la justicia y las relaciones interpersonales.

El sesgo **también es relevante en la investigación y el análisis de datos**, donde puede influir en el diseño del estudio, la recopilación y la interpretación de los datos, y en última instancia, en la validez de los resultados. En este contexto, un sesgo puede surgir debido a factores como la selección inadecuada de la muestra, el diseño del experimento, o las expectativas y creencias del investigador.

En resumen, **el sesgo se refiere a una tendencia o preferencia que impide la objetividad o justicia en el juicio**, ya sea en el ámbito social, psicológico o investigativo. Combatir y ser consciente de los propios sesgos es fundamental para promover la equidad y la toma de decisiones justas y basadas en evidencias.



Según la Real Academia Española (RAE)

sesgo, ga + SIN. / ANT.

De *sesgar*.

1. adj. Torcido, cortado o situado oblicuamente.

SIN.: oblicuo, enviajado, atravesado, diagonal, transversal, ladeado, torcido.

2. adj. Grave, serio en el semblante.

3. adj. p. us. **quieto** (|| pacífico, sosegado).

SIN.: quieto, sesgado, calmado, sosegado, pacífico, tranquilo.

4. m. Oblicuidad o torcimiento de una cosa hacia un lado, o en el corte, o en la situación, o en el movimiento.

SIN.: oblicuidad, inclinación, torcimiento, través.

5. m. Corte o medio término que se toma en los negocios dudosos.

SIN.: cariz, curso, rumbo, dirección, tendencia, giro, marcha, orientación, sentido.

6. m. Curso o rumbo que toma un negocio.

7. m. *Estad.* Error sistemático en el que se puede incurrir cuando al hacer muestreos o ensayos se seleccionan o favorecen unas respuestas frente a otras.

8. f. **nesga**.

SIN.: nesga.

prejuicio + SIN. / ANT.

Del lat. *praeiudicium* 'juicio previo', 'decisión prematura'.

1. m. Acción y efecto de prejuzgar.

SIN.: prevención, suspicacia, escrúpulo, recelo, aprensión, manía, convencionalismo, prejuicio.

2. m. Opinión previa y tenaz, por lo general desfavorable, acerca de algo que se conoce mal.

SINÓNIMOS O AFINES DE **prejuicio**

▪ **prevención, suspicacia, escrúpulo, recelo, aprensión, manía, convencionalismo, prejuicio.**

¿Buscas y detectas sesgos?

- La mayoría de las respuestas indica que sí buscan sesgos y saben detectarlos.

Encuesta



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en marketing ...

6 días •



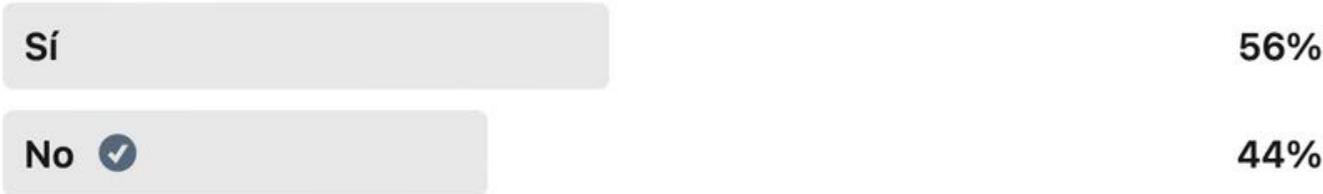
¡ATENCIÓN PREGUNTA!

En los últimos tiempos estoy estudiando gran cantidad de material relacionado con los SESGOS, y una de las conclusiones que estoy sacando es que mucha gente no es consciente de tener sesgos (todos los tenemos), y también que no somos conscientes de la manipulación que suponen estos sesgos. La pregunta de hoy va sobre este tema, Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#sesgos](#) [#manipulacion](#) [#comunicacion](#) [#marketing](#) [#ai](#)
[#psicologia](#)

Cuando ves/escuchas una noticia, creas texto con inteligencia artificial o lees un libro, ¿buscas los sesgos que tiene y sabes detectarlos?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



41 votos • Faltan 2 h • [Deshacer](#)

¿Tienes sesgos?

- Esta pregunta sólo tiene una respuesta posible, ya que todos tenemos sesgos.
- Como vemos hay personas que no son conscientes de ello.

Encuesta



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en ma...

1 semana • Editado •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

En los últimos tiempos estoy dedicando bastante tiempo al estudio de los sesgos y de eso va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#comunicacion](#) [#psicologia](#) [#educacion](#) [#ai](#) [#sesgos](#)

En tu actividad y comportamiento profesional y personal, ¿tienes sesgos?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

76%

No

24%

66 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Tienes prejuicios?

- Los prejuicios y los sesgos tienen mucha relación entre ellos, de hecho, un prejuicio puede considerarse como un tipo de sesgo.
- La gran mayoría de los encuestados indican que tiene prejuicios.
- El resto, no son conscientes de tenerlos ...

Encuesta



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en m...

1 mes •

¡ATENCIÓN PREGUNTA!

Dice la RAE que un prejuicio es "Acción y efecto de prejuzgar" y "Opinión previa y tenaz, por lo general desfavorable, acerca de algo que se conoce mal". Creo que todos de una u otra manera tenemos prejuicios, y de eso va la pregunta de hoy. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#sociedad](#) [#sesgos](#) [#opinion](#) [#recursoshumanos](#) [#psicologi](#)

¿Tienes algún tipo de prejuicio?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)

Sí

81%

No

19%

118 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

¿Todo el mundo miente?

- Los sesgos y las mentiras tienen cierta relación.
- La mayoría de las respuestas indican que todo el mundo miente.
- Hay un porcentaje no desdeñable de personas, que no se lo creen ...

Encuesta



Alfredo Vela Zancada • Tú

Formador, consultor, creador de contenidos y speaker en m...

1 semana •



¡ATENCIÓN PREGUNTA!

¿La frase "todo el mundo miente" está basada en evidencias científicas? He buscado estudios al respecto y parece que sí. He encontrado estudios que indican que mentimos 2 veces al día y otros que llegan a la cifra de 200 mentiras/día. La pregunta de hoy va sobre esto. Espero vuestros comentarios.

[#encuesta](#) [#sociedad](#) [#psicologia](#)

¿Todo el mundo miente?

Puedes ver los votos de los miembros. [Más información](#)



198 votos • Encuesta cerrada • [Eliminar voto](#)

Algunos tipos de sesgos (1)

De confirmación

Tendencia a buscar, interpretar, favorecer y recordar información de manera que confirme nuestras creencias o hipótesis preexistentes, ignorando evidencia que las contradiga.

De anclaje

La tendencia a depender en exceso de la primera pieza de información ofrecida (el "ancla") al tomar decisiones.

De disponibilidad

La propensión a sobrestimar la importancia o la probabilidad de eventos basados en su disponibilidad en la memoria.

De efecto halo

Tendencia a que una impresión general positiva de una persona (o aspecto de esa persona) influya en nuestros juicios sobre sus otras cualidades.

De in-grupo y ex-grupo

Preferencia por personas que percibimos como miembros de nuestro propio grupo social en comparación con aquellos que consideramos fuera de nuestro grupo.

De autoridad

Tendencia a atribuir mayor exactitud y credibilidad a las opiniones de las autoridades, independientemente de su veracidad.

De Dunning-Kruger

Fenómeno donde las personas con poco conocimiento o habilidad en un área tienden a sobreestimar su propia competencia en esa área.

De autoservicio

Tendencia a atribuir éxitos a habilidades y esfuerzos personales y fracasos a factores externos.

De status quo

Preferencia por mantener las cosas como están actualmente y la resistencia al cambio.

De falso consenso

creencia de que nuestras opiniones, creencias y hábitos son más comunes y aceptados de lo que realmente son.

De correlación ilusoria

Percepción errónea de una relación entre dos eventos o situaciones.

De atribución fundamental

Tendencia a atribuir las acciones de los demás a su carácter o personalidad, mientras que se atribuyen las propias acciones a factores situacionales.

Consecuencias de algunos tipos de sesgos (1)

De confirmación

Limita la apertura a nuevas ideas, promueve la desinformación y puede conducir a una toma de decisiones pobre.

De anclaje

Puede llevar a estimaciones inexactas y a decisiones sesgadas basadas en información inicial, incluso si es irrelevante.

De disponibilidad

Conduce a una percepción distorsionada del riesgo y puede afectar la toma de decisiones y la planificación.

De efecto halo

puede llevar a evaluaciones erróneas en entrevistas de trabajo, revisiones de rendimiento y en la vida cotidiana.

De in-grupo y ex-grupo

Fomenta la discriminación y los prejuicios, limita la diversidad y puede generar conflictos intergrupales.

De autoridad

Puede conducir a la aceptación acrítica de información errónea y a la dependencia excesiva en figuras de autoridad.

De Dunning-Kruger

Puede conducir a decisiones mal informadas y resistencia al aprendizaje y al consejo experto.

De autoservicio

Puede llevar a una percepción distorsionada del propio desempeño y obstaculizar el crecimiento personal.

De status quo

Obstaculiza la innovación y la adaptación a nuevas circunstancias o información.

De falso consenso

Puede llevar a malentendidos y a subestimar la diversidad de opiniones en un grupo.

De correlación ilusoria

Puede resultar en supersticiones y en la adopción de creencias sin base empírica.

De atribución fundamental

Conduce a malinterpretaciones de los comportamientos de otros y a juicios injustos.

Ejemplos de algunos tipos de sesgos (1)

De confirmación

Un individuo cree firmemente que las dietas bajas en carbohidratos son la única manera efectiva de perder peso. Por lo tanto, busca activamente artículos y estudios que respalden esta creencia, ignorando la investigación que sugiere beneficios de otros tipos de dietas.

De anclaje

En una negociación de salario, el primer número mencionado actúa como un ancla. Si el empleador sugiere primero un salario bajo, el empleado puede terminar aceptando una oferta más baja de lo que podría haber conseguido de otra manera.

De disponibilidad

Después de escuchar noticias sobre ataques de tiburones, una persona puede sobrestimar significativamente el riesgo real de ser atacado por un tiburón durante un baño en el mar.

De efecto halo

Un empleado tiene un historial de puntualidad y buena vestimenta. El jefe, impresionado por esto, asume que el empleado también es competente en su trabajo, ignorando señales de rendimiento mediocre.

De in-grupo y ex-grupo

En una oficina, un gerente favorece a los empleados que comparten su mismo origen nacional, asumiendo que son más trabajadores y confiables que los empleados de otros orígenes.

De autoridad

Un paciente acepta un tratamiento médico sin cuestionarlo simplemente porque lo recomendó un doctor, sin considerar segundas opiniones o investigar más sobre otras opciones de tratamiento.

De Dunning-Kruger

Una persona con conocimientos básicos de finanzas personales cree que está altamente calificada para dar consejos de inversión complejos, subestimando lo que no sabe sobre el tema.

De autoservicio

Un estudiante obtiene una buena calificación en un examen y lo atribuye a su inteligencia y estudio duro. Sin embargo, cuando obtiene una mala calificación, culpa a la injusticia del examen o a la incompetencia del profesor.

De status quo

Una empresa se resiste a actualizar su tecnología obsoleta y procesos internos porque siempre han hecho las cosas de esa manera, a pesar de la evidencia de que los nuevos sistemas mejorarían la eficiencia.

De falso consenso

Un fumador cree que la mayoría de las personas consideran que fumar es aceptable y no tan perjudicial para la salud, porque la mayoría de sus amigos y conocidos son fumadores.

De correlación ilusoria

Una persona cree que llevar una camiseta específica le trae suerte en los exámenes, estableciendo una conexión errónea entre dos eventos no relacionados: vestir una prenda particular y su éxito en los exámenes.

De atribución fundamental

Si un colega llega tarde a una reunión, lo atribuyes a su irresponsabilidad o falta de profesionalismo, pero si tú llegas tarde, lo atribuyes al tráfico o a circunstancias fuera de tu control.

Algunos tipos de sesgos (2)

De efecto Forer (o Barnum)

Tendencia a creer que descripciones vagas y generales de la personalidad se aplican específicamente a uno mismo.

De punto ciego

La incapacidad de reconocer los sesgos cognitivos en uno mismo, mientras se identifican fácilmente en los demás.

De reactancia

La urgencia de hacer lo contrario de lo que alguien quiere que hagamos, para preservar nuestro sentido de independencia.

De grupo

Tendencia de los miembros de un grupo a no considerar opiniones o alternativas fuera de las decisiones o puntos de vista del grupo.

De falsa unicidad

Creencia de que nuestras habilidades o moral son más únicas y raras de lo que realmente son.

De optimismo ilusorio

Tendencia a creer que somos menos susceptibles a experiencias negativas que otros.

De negatividad

Tendencia a prestar más atención y dar más peso a experiencias negativas o noticias que a las positivas.

De omisión

Preferencia por la inacción frente a la acción, en la creencia de que hacer algo es más riesgoso.

De supervivencia

Concentración en los elementos que han pasado algún tipo de selección, ignorando a aquellos que no la pasaron.

De ambigüedad

Tendencia a evitar opciones donde la probabilidad de un resultado es desconocida.

De recencia

Predisposición a dar más peso a la información más reciente que a la más antigua.

De efecto de posición serial

Tendencia a recordar mejor los primeros y los últimos ítems en una serie.

Consecuencias de algunos tipos de sesgos (2)

De efecto Forer (o Barnum)

Puede llevar a la credulidad en horóscopos, lecturas psíquicas y otras generalizaciones.

De punto ciego

Impide el autoanálisis crítico y la mejora personal.

De reactancia

Puede llevar a decisiones contraproducentes o irracionales solo para demostrar autonomía.

De grupo

Puede resultar en pensamiento de grupo y decisiones no críticas.

De falsa unicidad

Puede llevar a una percepción exagerada de la propia singularidad.

De optimismo ilusorio

Puede resultar en la subestimación de riesgos y en comportamientos imprudentes.

De negatividad

Puede conducir a una visión del mundo distorsionada y pesimista.

De omisión

Puede llevar a la pérdida de oportunidades y a la inercia en la toma de decisiones.

De supervivencia

Puede llevar a una comprensión errónea de la historia o del éxito.

De ambigüedad

Puede resultar en la evitación de riesgos necesarios y en la toma de decisiones conservadora.

De recencia

Puede llevar a una percepción sesgada en la toma de decisiones y en el juicio.

De efecto de posición serial

Puede influir en cómo recordamos información y en la importancia que le damos a diferentes partes de una secuencia.

Ejemplos de algunos tipos de sesgos (2)

De efecto Forer (o Barnum)

Una persona lee su horóscopo y siente que la descripción general y vaga coincide perfectamente con su personalidad, a pesar de que estas afirmaciones podrían aplicarse a muchas personas.

De punto ciego

Un individuo reconoce fácilmente cómo sus amigos están sesgados en sus opiniones políticas, pero no se da cuenta de sus propios prejuicios en el mismo tema.

De reactancia

Cuando se le dice a un adolescente que no escuche cierto tipo de música, se siente aún más motivado a hacerlo, en un intento de afirmar su independencia.

De grupo

En una reunión de trabajo, todos los miembros del equipo rápidamente están de acuerdo con una decisión sin discutirla críticamente, ignorando posibles alternativas.

De falsa unicidad

Un artista cree que su estilo y enfoque creativo son únicos en el mundo del arte, subestimando cuántos otros artistas tienen estilos similares.

De optimismo ilusorio

Un conductor cree que es menos probable que sufra un accidente de tráfico en comparación con otros conductores, lo que podría llevarlo a tomar riesgos innecesarios en la carretera.

De negatividad

Después de recibir comentarios sobre una presentación, una persona se enfoca únicamente en la crítica negativa, ignorando los múltiples elogios y comentarios positivos.

De omisión

Un inversor evita invertir en una nueva empresa debido a la incertidumbre del mercado, perdiendo así la oportunidad de obtener beneficios significativos.

De supervivencia

Al estudiar empresas exitosas sin considerar las que han fracasado, se puede llegar a la conclusión errónea de que las estrategias de las empresas exitosas son siempre las mejores.

De ambigüedad

Una persona evita invertir en acciones debido a la incertidumbre y el riesgo involucrado, prefiriendo mantener su dinero en una cuenta de ahorros con bajos intereses.

De recencia

Un gerente evalúa el desempeño de un empleado basándose únicamente en el trabajo de las últimas semanas, ignorando el rendimiento durante el resto del año.

De efecto de posición serial

Durante un examen, un estudiante recuerda principalmente las primeras y últimas preguntas que estudió, pero tiene dificultades para recordar las que estaban en medio del material.



"Una manera segura de hacer que la gente se crea falsedades es la repetición frecuente, porque la familiaridad no es fácilmente distinguible de la verdad".

Daniel Kahneman
Psicólogo

Pirámide de Maslow de la lucha contra los sesgos

Esta estructura proporciona un marco para comprender y mejorar cómo abordar y mitigar los sesgos, desde el reconocimiento y la comprensión hasta la acción transformadora y la contribución a un cambio sostenible.



Preguntas que puedes hacer para identificar posibles sesgos en noticias de medios

Estas preguntas te ayudarán a realizar un análisis crítico de las noticias y a identificar posibles sesgos en su cobertura. Recuerda que el sesgo puede ser tanto intencional como no intencional y puede manifestarse de diversas maneras



1. Fuente de la noticia:

- ¿Quién es el autor o la organización detrás de la noticia?
- ¿La fuente tiene alguna afiliación política o económica conocida que pueda influir en su contenido?

2. Propósito de la noticia:

- ¿Cuál parece ser el objetivo principal de la noticia: informar, persuadir, entretener o provocar?
- ¿Hay indicios de que la noticia busca influir en la opinión pública o en la toma de decisiones?

3. Selección y omisión de información:

- ¿Qué aspectos de la historia se destacan y cuáles se omiten o minimizan?
- ¿Se proporciona un contexto adecuado para entender la noticia?

4. Uso de lenguaje y tono:

- ¿El lenguaje utilizado es emocionalmente cargado o neutral?
- ¿Se emplean adjetivos o adverbios que puedan insinuar una opinión?

5. Diversidad de perspectivas:

- ¿Se incluyen diferentes puntos de vista sobre el tema?
- ¿Se da voz a todas las partes relevantes involucradas en la historia?

6. Evidencia y hechos:

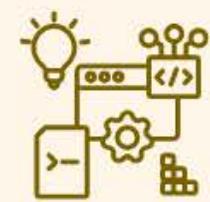
- ¿Se basa la noticia en hechos verificables y evidencia sólida?
- ¿Se citan fuentes confiables y verificables?

7. Consistencia y coherencia:

- ¿Es consistente la información presentada con lo que se sabe por otras fuentes?
- ¿Hay contradicciones o incoherencias en la narrativa?

8. Encuadre de la noticia:

- ¿Cómo se “enmarca” la historia? ¿Qué aspectos se enfatizan?
- ¿Influye el encuadre en cómo se percibe el tema?



9. Imágenes y multimedia:

- ¿Las imágenes o videos utilizados apoyan objetivamente la noticia o están diseñados para provocar una respuesta emocional?
- ¿Se presentan de manera que puedan sesgar la percepción del lector?

10. Comparación con otras fuentes:

- ¿Cómo se presenta la misma historia en diferentes medios de comunicación?
- ¿Hay diferencias significativas en la cobertura que puedan indicar sesgo?

11. Revisión de comentarios y análisis:

- ¿Qué dicen los expertos o analistas sobre la noticia?
- ¿Hay comentarios o análisis que sugieran una interpretación alternativa?

12. Historial del medio:

- ¿El medio tiene un historial de sesgo en su cobertura?
- ¿Cómo se ha manejado la organización en situaciones similares en el pasado?

13. Reacción del público:

- ¿Cómo ha reaccionado el público a la noticia?
- ¿Las reacciones del público reflejan un posible sesgo en la cobertura?

14. Correcciones y aclaraciones:

- ¿Ha emitido el medio correcciones o aclaraciones respecto a la noticia?
- ¿Cómo maneja el medio los errores en su cobertura?

15. Análisis de sesgo de confirmación:

- ¿La noticia confirma preconcepciones o desafía creencias establecidas?
- ¿Cómo podrías afrontar el sesgo de confirmación en esta publicación?

Preguntas que puedes hacer para identificar posibles sesgos en el análisis de datos

Estas preguntas pueden ayudarte a realizar un análisis crítico de los datos y a identificar posibles sesgos que podrían afectar la validez de tus conclusiones.

1. ¿Cuál es la fuente de los datos?

- ¿Quién recopiló los datos y con qué propósito?
- ¿Podría haber algún interés en los resultados que influya en la recopilación de datos?

2. ¿Cómo se recopilaron los datos?

- ¿Se utilizó algún método que pudiera introducir sesgo, como muestreo de conveniencia o autoselección?
- ¿Se excluyó a algún grupo demográfico durante la recopilación de datos?

3. ¿Qué metodología se empleó?

- ¿Se siguieron prácticas estándar en la recopilación y el análisis de los datos?
- ¿Se documentaron y publicaron los métodos utilizados?

4. ¿Cómo se seleccionaron los participantes o elementos de los datos?

- ¿Fue la selección aleatoria y representativa de la población?
- ¿Hay algún grupo sobrerrepresentado o subrepresentado?

5. ¿Cómo se trataron los datos faltantes?

- ¿Se analizó el impacto de los datos faltantes en los resultados?
- ¿Se utilizó alguna técnica para imputar o manejar los datos faltantes?

6. ¿Se identificaron y controlaron las variables de confusión?

- ¿Qué variables se consideraron y cómo se controlaron?
- ¿Podría haber variables no observadas que afecten los resultados?

7. ¿Cómo se analizaron los datos?

- ¿Se utilizaron técnicas estadísticas apropiadas para el tipo de datos y las preguntas de investigación?
- ¿Se realizaron pruebas de robustez para los resultados obtenidos?

8. ¿Se realizó alguna validación externa de los resultados?

- ¿Se compararon los resultados con estudios o datos independientes?
- ¿Se replicaron los resultados en diferentes muestras o contextos?

9. ¿Cómo se interpretaron los resultados?

- ¿Se consideraron múltiples interpretaciones de los datos?
- ¿Se discutieron las limitaciones y el posible sesgo en la interpretación?

10. ¿Qué medidas se tomaron para reducir el sesgo?

- ¿Se emplearon revisores externos o auditorías de datos?
- ¿Se utilizó triangulación de métodos o fuentes para validar los hallazgos?

11. ¿Cómo se comunicaron los resultados?

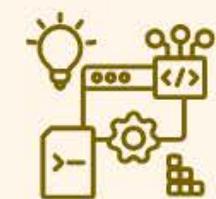
- ¿Se presentaron los datos de manera transparente y accesible?
- ¿Se proporcionaron los datos brutos o el código para análisis independientes?

12. ¿Cómo son de generalizables los resultados?

- ¿Se pueden aplicar los hallazgos a otras poblaciones o contextos?
- ¿Se discutió la aplicabilidad de los resultados más allá del conjunto de datos analizado?

13. ¿Se identificaron sesgos potenciales en la interpretación de los usuarios de los datos?

- ¿Se proporcionaron guías para evitar malinterpretaciones?
- ¿Se destacaron las conclusiones que podrían ser especialmente susceptibles a sesgos interpretativos?



Preguntas que puedes hacer para identificar posibles sesgos en una oferta de trabajo

Estas preguntas pueden ayudarte a realizar un análisis crítico de las ofertas de trabajo y a identificar posibles sesgos que podrían afectar la equidad y la inclusión en el proceso de contratación.



1. Descripción del puesto:

- ¿La descripción del puesto utiliza un lenguaje neutro en cuanto al género?
- ¿Se mencionan cualidades o características personales que no son relevantes para el trabajo?

2. Requisitos del puesto:

- ¿Los requisitos son esenciales para el desempeño del trabajo o podrían excluir a ciertos grupos?
- ¿Se solicitan años de experiencia que podrían discriminar por edad?

3. Competencias y habilidades:

- ¿Se enfatiza más en las competencias técnicas que en las habilidades blandas o viceversa?
- ¿Se valoran las habilidades de comunicación de manera que pueda sesgar contra personas no nativas del idioma?

4. Cultura de la empresa:

- ¿Se describe la cultura de la empresa de una manera que podría disuadir a ciertos grupos?
- ¿Se promueve la diversidad y la inclusión en el texto de la oferta?

5. Beneficios y compensaciones:

- ¿Los beneficios ofrecidos son inclusivos y consideran diferentes necesidades y estilos de vida?
- ¿Se menciona la transparencia en la compensación y las oportunidades de crecimiento?

6. Proceso de selección:

- ¿Se detalla un proceso de selección justo y objetivo?
- ¿Se menciona el uso de tecnología o métodos para reducir sesgos en la selección?

7. Imágenes y medios:

- ¿Las imágenes utilizadas reflejan diversidad o perpetúan estereotipos?
- ¿El material multimedia es accesible para personas con discapacidades?

8. Ubicación y horario:

- ¿Se ofrece flexibilidad que pueda beneficiar a personas con diferentes responsabilidades o limitaciones?
- ¿Se requiere disponibilidad que podría excluir a personas con compromisos familiares?

9. Oportunidades de desarrollo:

- ¿Se promueven oportunidades de desarrollo y formación continua?
- ¿Se mencionan programas de mentoría o redes de apoyo?

10. Lenguaje y tono:

- ¿El tono de la oferta es profesional y respetuoso?
- ¿Se evita el uso de jerga o términos que no todos los candidatos puedan entender?

11. Feedback y evaluación:

- ¿Se ofrece la posibilidad de recibir retroalimentación durante el proceso de selección?
- ¿Se menciona cómo se evaluarán las habilidades y competencias?

12. Preguntas para la reflexión:

- ¿Cómo es mi círculo social? ¿Es diverso?
- ¿Qué tipo de personas me inspiran seguridad o miedo?



Preguntas que puedes hacer para identificar posibles sesgos en textos generados por IA

Estas preguntas pueden ayudarte a realizar un análisis crítico del texto generado por IA y a identificar posibles sesgos. Recuerda que el sesgo puede ser tanto intencional como no intencional y puede manifestarse de diversas maneras.

1. Origen del texto:

- ¿Quién creó el modelo de IA que generó el texto?
- ¿Qué datos se utilizaron para entrenar el modelo?

2. Datos de entrenamiento:

- ¿Los datos de entrenamiento son representativos de la diversidad de la población?
- ¿Se han excluido o subrepresentado ciertos grupos en los datos de entrenamiento?

3. Intencionalidad:

- ¿Con qué propósito se generó el texto?
- ¿Hay alguna intención comercial o política detrás de su creación?

4. Transparencia:

- ¿Se divulga claramente que el texto fue generado por IA?
- ¿Se proporciona información sobre cómo funciona el modelo de IA?

5. Lenguaje y semántica:

- ¿El texto utiliza un lenguaje inclusivo y neutral?
- ¿Hay patrones de lenguaje que reflejen estereotipos o prejuicios?

6. Consistencia y coherencia:

- ¿El texto es consistente en estilo y tono a lo largo de todo el documento?
- ¿Hay cambios abruptos que sugieran una mezcla de fuentes de datos?

7. Comparación con textos humanos:

- ¿Cómo se compara el texto de IA con uno que sería escrito por un humano?
- ¿Hay diferencias notables en la forma de presentar la información?

8. Revisión por pares:

- ¿El texto ha sido revisado o editado por humanos?
- ¿Qué cambios se hicieron durante la revisión?

9. Feedback de usuarios:

- ¿Cómo reaccionan los lectores humanos al texto?
- ¿Qué percepciones o emociones reportan los usuarios?

10. Impacto y consecuencias:

- ¿Qué impacto podría tener el texto en sus lectores?
- ¿Podría el texto reforzar o desafiar sesgos existentes?

11. Correcciones y actualizaciones:

- ¿Se han realizado correcciones al texto después de su publicación inicial?
- ¿Cómo se manejan las actualizaciones y mejoras del modelo de IA?

12. Uso de herramientas de detección:

- ¿Se han utilizado herramientas para detectar si el texto fue generado por IA?
- ¿Qué resultados arrojaron estas herramientas?

13. Análisis de sentimiento:

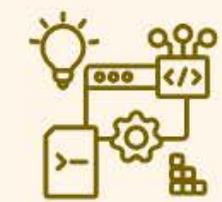
- ¿Qué emociones predominan en el texto?
- ¿El análisis de sentimiento indica algún sesgo emocional?

14. Diversidad de contenido:

- ¿El texto aborda temas desde múltiples perspectivas culturales y sociales?
- ¿Se incluyen voces y experiencias de grupos minoritarios?

15. Evaluación de sesgos:

- ¿Se ha evaluado el texto en busca de sesgos de género, raza, edad u otros?
- ¿Qué metodologías se utilizaron para esta evaluación?



Herramientas digitales que pueden ayudarte a detectar sesgos en textos y datos

Estas herramientas pueden ser muy útiles para identificar y corregir sesgos en textos y datos, contribuyendo a la creación de sistemas de IA más justos y equitativos.



1. **Fairlearn**: es una biblioteca de código abierto de Microsoft que ayuda a entender y mitigar las inequidades en los modelos de aprendizaje automático.



2. **Honesty Meter**: una herramienta de inteligencia artificial que analiza la escritura en busca de posibles sesgos y proporciona una puntuación objetiva junto con sugerencias para mejorar el texto.



3. **IBM AI Fairness 360**: un conjunto extensible de herramientas para ayudar a los desarrolladores a comprender y mitigar el sesgo en los modelos de IA y sus conjuntos de datos.



4. **Textio**: esta plataforma utiliza datos y análisis predictivos para ayudar a redactar descripciones de trabajo y comunicaciones empresariales sin sesgos.

5. **Google Cloud AI Platform**: ofrece herramientas para el análisis y la eliminación de sesgos en los datos y modelos de IA.

6. **TensorFlow Fairness Indicators**: un conjunto de herramientas dentro de TensorFlow que permite a los usuarios evaluar y mejorar la equidad de sus modelos de IA.

7. **AI Fairness Checklist**: una lista de verificación que proporciona un marco para evaluar la equidad en los sistemas de IA durante el ciclo de vida del desarrollo.

8. **What-If Tool**: una herramienta de visualización para probar modelos de aprendizaje automático en cuanto a sesgos y equidad, desarrollada por Google.

9. **Debiaswe**: una biblioteca en Python que detecta y reduce el sesgo de género en los modelos de procesamiento de lenguaje natural.

10. **Diversity & Inclusion Toolkit**: un conjunto de herramientas diseñado para ayudar a las organizaciones a analizar y mejorar la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo.



Los gustos y decisiones
están modelados por los
recuerdos, y los recuerdos
pueden ser falsos.

Daniel Kahneman

Psicólogo y Premio Nobel de Economía

Un poco sobre sesgos de la IA en la prensa ...

BBVA Innovación y tecnología para combatir los sesgos de la inteligencia artificial

Innovación y tecnología para combatir los sesgos de la inteligencia artificial

Pese a sus beneficios, la **inteligencia artificial** (IA) también se enfrenta a desafíos, como la perpetuación de sesgos. Startups como la española Acuilae y la chilena Theodora están desarrollando tecnología para tratar de combatirlos. La concienciación de los creadores de algoritmos, de la sociedad y la regulación también serán fundamentales para avanzar hacia una **IA más responsable**.

Enlace

la'eSaludcom

Los expertos en salud digital advierten de los sesgos de la Inteligencia Artificial en la toma de decisiones

Los expertos en salud digital advierten de los sesgos de la Inteligencia Artificial en la toma de decisiones

El IRYCIS, Instituto Ramón y Cajal de investigación sanitaria, copa cuatro de los nueve premios del Hackathon Salud

Récord de inscripciones en el Hackathon Salud con 65 proyectos presentados

Enlace

EuroEFE: Las Capitales Elecciones europeas X f @ in Conexión / Registro Español

Las regulaciones, «claves» para evitar sesgos de género en la inteligencia artificial

Por : Iñaki Martínez Azpiroz | EUROEFE EURACTIV 29 feb 2024 (actualizado: 4 mar 2024)

Advertisement

Todo lo que pasa en Europa cada día

#ConnectingEurope Days

Enlace

Expansión y Empleo Empleo

Sesgos humanos de los que la IA puede contagiarse al contratar

TINO FERNÁNDEZ @tinofernandez 12 FEB. 2024 - 2027

¿Eres más de pelis o de series?

Series Pelis

Enlace

ESQUEMA DE UN PLAN DE LUCHA CONTRA LOS SESGOS GENÉRICO



Crear un entorno organizacional inclusivo y libre de sesgos requiere un enfoque sistemático y comprometido. Aquí presentamos un proyecto integral para abordar y minimizar los sesgos en las organizaciones:

1. Compromiso y sensibilización:

- Alto compromiso directivo: obtener un compromiso firme y visible de la alta dirección hacia la creación de un entorno laboral inclusivo y la lucha activa contra los sesgos.
- Campañas de sensibilización: desarrollar y desplegar campañas internas para aumentar la conciencia sobre los sesgos inconscientes y sus impactos negativos en la organización.

2. Evaluación y diagnóstico inicial:

- Auditorías de diversidad e inclusión: realizar auditorías internas para identificar áreas donde los sesgos puedan estar afectando decisiones y comportamientos (reclutamiento, promociones, evaluaciones de desempeño).
- Encuestas y focus groups: utilizar encuestas y grupos focales para recoger percepciones y experiencias de los empleados relacionadas con la diversidad, inclusión y sesgos en el lugar de trabajo.



3. Formación y educación:

- Talleres de sensibilización sobre sesgos: implementar talleres interactivos y sesiones de formación para todos los empleados, enfocándose en la identificación y mitigación de sesgos inconscientes.
- Formación específica para líderes: ofrecer formación especializada para gerentes y líderes sobre cómo liderar equipos diversos y cómo implementar prácticas de gestión libres de sesgos.

4. Revisión de políticas y procedimientos:

- Revisión de prácticas de RR.HH.: examinar y revisar las prácticas de recursos humanos, desde la contratación hasta la promoción y evaluación, para asegurar que sean justas y libres de sesgos.
- Desarrollo de políticas inclusivas: crear o actualizar políticas organizacionales que promuevan activamente la inclusión y diversidad y prohíban la discriminación y el acoso.



5. Implementación de herramientas y estrategias de mitigación:

- Herramientas para la toma de decisiones desbiasadas: implementar herramientas y procesos, como checklists y procedimientos estandarizados, para ayudar a los empleados a tomar decisiones libres de sesgos.
- Sistemas de feedback y reporte: establecer sistemas transparentes y accesibles para que los empleados puedan reportar incidentes relacionados con sesgos o discriminación y recibir feedback constructivo.

6. Promoción de la diversidad y la inclusión:

- Programas de mentoría y patrocinio: crear programas de mentoría y patrocinio que apoyen el desarrollo de empleados de grupos subrepresentados.
- Iniciativas de diversidad e inclusión: lanzar y apoyar iniciativas y grupos de recursos de empleados que fomenten un entorno laboral diverso e inclusivo.



7. Monitorización, evaluación y ajuste:

- Seguimiento y evaluación continua: establecer métricas e indicadores para monitorizar el progreso en la lucha contra los sesgos y la promoción de la inclusión.
- Procesos de ajuste y mejora: utilizar los datos recopilados para realizar ajustes continuos en las estrategias y tácticas, asegurando una mejora constante.



8. Comunicación y transparencia:

- Comunicación regular: mantener una comunicación abierta y transparente con todos los empleados sobre los esfuerzos y avances en la lucha contra los sesgos y la promoción de la diversidad e inclusión.
- Celebración de logros: reconocer y celebrar los logros y éxitos en la construcción de un entorno más inclusivo y libre de sesgos.

9. Creación de una cultura de inclusión sostenible:

- Liderazgo inclusivo: fomentar un estilo de liderazgo que modele y promueva activamente comportamientos inclusivos y la apreciación de la diversidad.
- Integración en la cultura organizacional: trabajar para que la diversidad, inclusión y la lucha contra los sesgos se integren plenamente en la cultura organizacional, influenciando positivamente todas las áreas y decisiones.





"No hay que confundir luchar contra los sesgos con luchar para cambiar los sesgos existentes por los míos".

Alfredo Vela
Consultor digital

DOCUMENTOS DE INTERÉS

En este apartado iremos incluyendo algunos textos y documentos de interés sobre los sesgos y materias relacionadas.



SESGOS

NUESTRA ILUSIÓN DE CONTROL

El documento "Sesgos: Nuestra Ilusión de Control" de Charly Wigstrom se adentra en la compleja interacción entre los sesgos cognitivos y la toma de decisiones dentro de entornos organizacionales, destacando la relevancia crítica de la ciencia del comportamiento en la mejora de la seguridad y eficiencia en industrias de alto riesgo. A través de una exploración profunda de conceptos de antropología, sociología, y psicología, y ejemplos concretos como los programas espaciales y desastres industriales, Wigstrom argumenta que una comprensión más matizada del comportamiento humano es esencial para el éxito organizacional y la innovación.

El documento desafía el enfoque tradicional en métricas y controles, promoviendo un paradigma que valora la eficacia, el significado, y la seguridad sobre la mera eficiencia. Se examina cómo la adopción de liderazgo adaptativo, pensamiento sistémico, y una cultura de aprendizaje continuo puede transformar la gestión de riesgos y mejorar los resultados de seguridad. Mediante el análisis de fallas sistémicas y la importancia de la seguridad psicológica, se propone un enfoque holístico y humano hacia la estrategia organizacional, subrayando la necesidad de cerrar la brecha entre teoría y práctica para abordar los desafíos del mundo real en organizaciones.

La guía es un llamado a la acción para líderes y profesionales en diversas industrias, instando a la integración de principios de ciencias del comportamiento de manera práctica para promover organizaciones más seguras, eficientes, y centradas en el ser humano. Con ejemplos como el programa Apollo y las lecciones aprendidas de desastres como Piper Alpha, el trabajo de Wigstrom ofrece una perspectiva valiosa sobre cómo comprender y aplicar el conocimiento del comportamiento humano puede liderar hacia la excelencia organizacional y la innovación sostenible.

Fuente: https://www.linkedin.com/posts/charlywigstrom_sesgos-activity-7178555882971017217-Fuyo

SESGOS

NUESTRA ILUSIÓN DE CONTROL



EL PODER TRANSFORMADOR DE LA CIENCIA DEL COMPORTAMIENTO ME REVELÓ UNA VERDAD IMPACTANTE AL MOMENTO DE LA TOMA DE DECISIONES: LOS HECHOS, DATOS Y/O EVIDENCIAS CONSTITUYEN NUESTRAS ÚNICAS BARRERAS CONTRA LOS SESGOS

CHARLY WIGSTROM

SESGOS EN EL ANÁLISIS DE DATOS

El documento "Sesgos en el análisis de datos" aborda los diferentes tipos de sesgos que pueden surgir a lo largo de un proyecto de análisis de datos, clasificándolos en sesgos relacionados con la recolección y extracción de datos, sesgos en el entrenamiento y desarrollo de modelos, y sesgos en la evaluación e implementación de modelos.

Además, presenta casos reales que han sufrido de sesgos y discute técnicas para mitigar estos efectos, incluyendo el preprocesado de datos, técnicas de equidad en algoritmos y técnicas de post-procesamiento.

Este trabajo proporciona un marco teórico y práctico para identificar y corregir sesgos en proyectos de análisis de datos, resaltando la importancia de la equidad y la no discriminación en la inteligencia artificial y el big data.



Universidad Politécnica
de Madrid

Escuela Técnica Superior de
Ingenieros Informáticos



Grado en Matemáticas e Informática

Trabajo Fin de Grado

Sesgos en Análisis de Datos

Autor: Hugo Tomás Febles Romón
Tutor: Alfonso Mateos Caballero

Madrid, Junio - 2023

LOS SEGOS COGNITIVOS Y LA SINERGIA EN LOS EQUIPOS DE TRABAJO

El trabajo "Los sesgos cognitivos y la sinergia en los equipos de trabajo" de Manuella Rodríguez De Oliveira analiza cómo ciertos sesgos cognitivos pueden afectar la dinámica de los equipos de trabajo y cómo el método propuesto por Stephen Covey en su libro "Los siete hábitos de las personas altamente efectivas" puede ser una herramienta útil para enfrentar y revertir estos sesgos, promoviendo así una mayor sinergia y productividad en los equipos.

El documento destaca la importancia de gestionar adecuadamente los recursos humanos dentro de las empresas y la búsqueda de equipos de trabajo que no solo sean productivos, sino que también funcionen de manera sinérgica y con confianza mutua. La autora propone el enfoque de Covey como un medio efectivo para lograr estos objetivos, al enfrentar los sesgos cognitivos que naturalmente se presentan en el ámbito laboral.

El trabajo se estructura en torno a varios sesgos específicos, como el sesgo actor-observador, el efecto Delmore, la ley de la trivialidad de Parkinson, el paradigma de la interdependencia, el sesgo egocéntrico, el efecto backfire, y el efecto de falso consenso. Para cada uno de estos, Rodríguez De Oliveira describe cómo el enfoque de Covey, basado en principios de liderazgo personal y de equipo, puede ayudar a mitigar los efectos negativos de los sesgos y fomentar una cultura de trabajo más colaborativa y efectiva.

A través de este análisis, el trabajo subraya la relevancia de la autoconciencia, la proactividad, la definición de objetivos claros, la priorización efectiva, la búsqueda de beneficios mutuos, la comunicación empática, y la promoción de la sinergia en los equipos de trabajo como claves para superar los retos impuestos por los sesgos cognitivos. Estos principios, según argumenta la autora, no solo permiten mejorar la dinámica interna de los equipos de trabajo, sino que también contribuyen a una gestión de recursos humanos más humana y productiva.

Fuente: https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/159075/Rodriguez_DeOliveira_Manuella.pdf



Universitat
de les Illes Balears

TRABAJO FIN DE GRADO

**LOS SEGOS COGNITIVOS Y LA SINERGIA EN
LOS EQUIPOS DE TRABAJO.**

Manuella Rodríguez De Oliveira

Grado de Administración de Empresas y Turismo

Facultad de Economía y Empresa

Año Académico 2020-21

EL SESGO DE LOS ALGORITMOS

El documento "El sesgo de los algoritmos" es un proyecto de fin de grado realizado por Héctor Cantero Álvarez, con la dirección de María Celia Fernández Aller, presentado en la E.T.S.I.S.I UPM para el Grado en Ingeniería del Software en el curso 2021/2022. Este trabajo aborda la problemática de los sesgos discriminatorios en los sistemas de inteligencia artificial (IA), examinando desde cómo estos sistemas aprenden y pueden incorporar sesgos, hasta herramientas y tecnologías diseñadas para entrenar sistemas inteligentes libres de sesgos y auditar sistemas existentes para identificar y corregir dichos sesgos. Finalmente, se enfoca en el análisis legal, revisando la normativa y legislación europea vigente sobre el desarrollo de sistemas de IA libres de sesgos.

El trabajo destaca la importancia de comprender el proceso de aprendizaje automático para identificar cómo surge la discriminación algorítmica y propone un enfoque multidisciplinario que incluye el estudio de herramientas específicas para combatir el sesgo algorítmico, como IBM: AI Fairness 360, Fairness Measures, FairML, FairTest: Unwarranted Associations, Aequitas y Themis. Además, se hace un recuento de las normativas y legislaciones europeas que abordan esta problemática, enfatizando la necesidad de una IA ética y legalmente responsable.

El documento también aborda aspectos sociales, ambientales, éticos y legales relacionados con la IA, sugiriendo la importancia de una acción climática e infraestructura sostenible, salud y bienestar, y educación de calidad y transformación digital. Concluye con reflexiones sobre las conclusiones derivadas del estudio y propone líneas de trabajo futuro, destacando la importancia de seguir investigando y desarrollando herramientas y estrategias que aseguren el desarrollo de sistemas de IA justos y libres de sesgos discriminatorios.

MEMORIA PROYECTO FIN DE GRADO

Justicia Algorítmica: El Sesgo de los Algoritmos



Titulación: Grado en Ingeniería del Software

Curso: 2021/2022

Autor: Héctor Cantero Álvarez

Codirectores: María Celia Fernández Aller

A smiling man with glasses, overlaid on a blue background.

¡Muchas gracias!

alfredovela@revistaformacion.com

PODEMOS AYUDARTE EN:

- FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DIGITALES PARA EMPRESA (PRESENCIAL/ONLINE)
- CONFERENCIAS/TALLERES/SEMINARIOS
- CREACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PARA ELEARNING Y MARKETING
- CONSULTORÍA MARKETING DIGITAL, DIGITALIZACIÓN Y REDES SOCIALES
- ORIENTACIÓN LABORAL
- ORGANIZACIÓN EVENTOS DIGITALES
- CONSULTORÍA Y DESARROLLO DE MARCA PERSONAL