

LIBROS PARA EL MUNDO DIGITAL

Carmen Corral

DIGITAL DATA: A VUELTAS CON LA PRIVACIDAD

Los recientes escándalos de Facebook y la comparecencia de Mark Zuckerberg ante una comisión parlamentaria poco versada en aspectos básicos de una red social —y en lo que implica su uso— han avivado la discusión sobre la evolución de la privacidad.

El hecho de que la compañía se plantee la posibilidad de aplicar a todos sus usuarios los patrones de privacidad definidos por la Unión Europea en el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), además de las reacciones negativas de usuarios norteamericanos afectados o alarmados por el escándalo de Cambridge Analytica, podría suponer desarrollar normativas más estrictas de protección de la privacidad en Estados Unidos, así como considerar mundialmente este tipo de legislaciones garantistas que tratan de otorgar protección y control a los usuarios.

El RGPD, esto es, el Reglamento 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE, se encuentra en vigor desde el 24 de mayo de 2016, si bien sus disposiciones no son aplicables hasta el 25 de mayo de 2018.

El RGPD recoge derechos individuales pensados para ampliar el control sobre los datos personales, pero tales derechos no cubren el mayor riesgo: el tecnológico. Un riesgo que se incrementa con la introducción, desarrollo y expansión sin control

de la utilización de datos personales en las redes sociales, el cloud computing, la publicidad personalizada y la monitorización del comportamiento online de los usuarios, la indexación de la información en buscadores, la geolocalización, el internet de las cosas, las aplicaciones, los drones, los wearables y los robots capaces de replicarnos mediante inteligencia artificial.

Para reforzar, actualizar y ampliar el derecho a la protección de datos personales, el RGPD parte de la necesidad de:

- Modificar el concepto de datos de carácter personal para adecuarlos a las nuevas tecnologías.
- Aumentar la transparencia para los interesados, señalando que eran insuficientes las disposiciones aplicables relativas a la información que debe comunicarseles.
- Sensibilizar mediante la creación de una cultura general en protección de datos.
- Garantizar un consentimiento informado y libre, ampliando el listado.
- Reforzar la eficacia de las vías de recursos y sanciones.

Si bien todo esfuerzo por proteger los derechos de las personas es laudable, el RGPD es una norma muy técnica y de difícil comprensión que permite nuevas posibilidades de tratamiento de datos, esto es, de beneficios económicos, y que, por ello, supone nuevos riesgos. El marco normativo aplicable a partir del 25 de mayo deja una mayor intervención a la autonomía privada: ya no hay registros de ficheros y cada responsable

de tratamiento goza de autonomía técnica y organizativa, así como de libertad en materia de medidas de seguridad. La gran pregunta es si habrá responsabilidad y voluntad de cumplimiento en la protección de los datos personales. Estamos ante un escenario que requiere conocimientos técnicos y jurídicos dado que muchos conceptos de la normativa son imprecisos y ambiguos para, pongamos por caso, el empresario medio que no suele realizar tratamientos masivos de datos. Y, sobre todo, son términos «oscuros» para el ciudadano de a pie que seguirá bajándose aplicaciones gratuitas y permitiendo que accedan a sus contactos, fotografías, geolocalización, etc. Ese ciudadano que también utiliza wearables (la tecnología para llevar puesta, como el Watch de Apple) y objetos que registran sus hábitos y estilos de vida (como las pulseras de ritmo cardíaco, que pueden recoger datos de salud especialmente protegidos).

Se suma a esta cotidianidad tecnológica el Internet de las cosas (por ejemplo, la nevera que compra online lo que se va consumiendo), objetos cuyos patrones de uso pueden revelar detalles de la forma de vida y de los hábitos personales y familiares. Si bien es cierto que los diferentes objetos que conforman el Internet de las cosas recogen piezas aisladas de información, los datos procedentes de diferentes fuentes y analizados de otra forma —o en conjunción con otros— pueden revelar aspectos específicos de hábitos, comportamientos y preferencias, conformando auténticos patrones de la vida de las personas. Es lo que vienen a configurar los Big Data, los sistemas que manipulan grandes conjuntos de datos. Se habla de Big Data cuando la información no puede ser procesada o analizada utilizando procedimientos o herramientas tradicionales, sino que requiere de la integración de diversos componentes y proyectos que, en conjunto, forman el ecosistema necesario para analizar grandes cantidades de datos. Y la parte perversa de todo ello es que el interesado habrá dado su consentimiento, con mayor o menor información, a cada «tramo de datos», por así decirlo. Habrá dado su consentimiento a las partes, pero no al todo.

Veremos más sanciones a Google y, a buen seguro, también a Facebook por vulnerar el derecho a la protección de datos, porque las grandes compañías tecnológicas estadounidenses chocarán con la normativa europea. Estados Unidos y Europa son dos mundos que discurren en paralelo a la hora de proteger los datos personales. No hay una legislación federal que proteja los datos de los usuarios y la privacidad en Estados Unidos y, para más inri, a finales de marzo de 2017 se aprobó una ley que permite a los proveedores de Internet vender los datos de los usuarios. Las compañías pueden comercializar —sin su consentimiento— datos de los usuarios como sus historiales de búsqueda, la geolocalización, las aplicaciones descargadas, etc. vulnerando a todas luces la privacidad y la protección de datos de los usuarios estadounidenses y de los europeos?

Se plantean más interrogantes: ¿y si la puesta en funcionamiento del RGPD termina siendo un sentido burocrático? ¿y si las compañías encuentran formas de retorcir el texto de la ley para seguir con comportamientos que los usuarios consideren abusivos? ¿y si, por el contrario, propicia un entorno tan profundamente restrictivo que frene la innovación en su conjunto? Todas estas consideraciones son difíciles de resolver, pero, a pesar de ello, Facebook se plantea aplicarlas

LECTURAS RECOMENDADAS

Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, complejidad, Carlos A. Scolari, Gedisa, 176 pp., 17,90 €

Al pensar en «interfaz» se piensa en una pantalla interactiva, un teclado o un joystick. Si se amplía esta idea, se descubre un mundo de relaciones, hibridaciones, competencias y cooperaciones que marca el ritmo de la evolución del gran sistema tecnológico. Este título propone una exploración de dicho universo a partir de diez principios que ayudan a comprender la complejidad de la red sociotécnica que nos rodea. El autor parte de la idea de «interfaz» para ir mucho más allá de lo digital y tratar de entender y transformar el propio entorno.

Armas de destrucción matemática. Cómo el Big Data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia, de Cathy O'Neil, Capitán Swing, 269 pp., 2018, 19,00 €

Vivimos en la edad del algoritmo. Cada vez más, las decisiones que nos afectan no están hechas por humanos, sino por modelos matemáticos que deberían llevar a una mayor equidad; juzgar a todo el mundo con las mismas reglas y eliminar el sesgo. La tesis de la autora es, sin embargo, afirmar que ocurre lo contrario. Los modelos que se utilizan en la actualidad son opacos, no regulados e incontestables, incluso cuando están equivocados. Los modelos están apuntalando a los afortunados y castigando a los oprimidos, creando un «cóctel tóxico» para la democracia.

La búsqueda del algoritmo, de Ed Finn, Alpha Decay, 374 pp., 2018, 26,90 €

Los algoritmos se han convertido en el protocolo invisible que transporta la información que ayuda a tomar decisiones. Determinan qué contenidos muestran las redes sociales o qué recomendaciones ofrecen las tiendas online, y, mediante procesos matemáticos, terminan por moldear el gusto y la opinión. En este ensayo se explica cómo los algoritmos están cambiando la cultura: cómo las industrias culturales los utilizan para conocer los gustos, los deseos y las aspiraciones del público y así poder ofrecer un producto adecuado a las necesidades inmediatas y a las pulsiones más irrefrenables. La gran pregunta es: ¿queremos realmente lo que los algoritmos quieren para nosotros?

como una garantía, como una manera de asegurar que hace todo lo que puede para respetar la privacidad. Europa —y tal vez Estados Unidos en el futuro— intenta dotarse de mayores garantías, pero el papel de los gobiernos y de la búsqueda de la seguridad no están claros: proteje tu privacidad frente a iniciativas privadas que pretender segmentar la publicidad que recibes, pero como gobierno, te espío por si acaso eres un terrorista o por si puedo influir en tu voto.

El RGPD obliga a las empresas que quieran desarrollar actividades en Europa a realizar fuertes ajustes y designar figuras responsables. El creador de Facebook lo eleva a estándar mundial de protección de datos: será su salvaguarda ante escándalos futuros. ■

Carmen Corral es licenciada en Filosofía, jurista especializada en TICs, mediadora en materia civil, mercantil y concursal y auditora de entornos tecnológicos. Tras décadas en el sector editorial, está al frente de su propia asesoría jurídica.