Información y privacidad en la era digital

Por Ernesto Antonio Santos León

Con la evolución del internet se generan nuevos planteamientos, en especial sobre los datos. ¿Cómo se maneja la información?, ¿qué sucede con la privacidad de los usuarios?

Desde que el australiano Julian Assange desclasificó información en su sitio Wikileaks en el año 2007, en el mundo se vive un gran debate sobre el manejo de la información y la privacidad. Gracias Assange el mundo tuvo acceso a datos confidenciales de algunos gobiernos, en especial sobre el accionar de los Estados Unidos en el mundo; las guerras en Irak, Afganistán y políticas de espionaje, entre otros hechos. El tema tomó mayor relevancia recientemente cuando Edward Snowden —quien fuera parte del personal de la CIA (Agencia Central de Inteligencia) y NSA (Agencia Nacional de Seguridad) de los Estados Unidos— desclasificó información relacionada al espionaje que llevaba a cabo los Estados Unidos en el mundo, incluyendo a sus países aliados.

La verdad es que no hay que sorprenderse mucho, ya que estos sucesos se han desarrollado desde hace mucho tiempo, solo que recién ahora le damos la relevancia debida. Muchos de los sistemas digitales en Internet que utilizamos de forma GRATUITA como Outlook, Facebook, Google, Gmail, Instagram, LinkedIn, y otros cientos existentes, en realidad tienen un alto costo. Los pagamos con uno de los capitales más valiosos: nuestra información, nuestro contenido. Este acto se realiza con nuestro consentimiento en el instante en que que aceptamos los Términos de Uso y/o Políticas de Privacidad, al crear las cuentas en los diferentes servicios que lamentablemente no procedemos a leer.

Dependiendo del tipo de sistema las políticas pueden variar. Sin embargo hay términos comunes y relevantes. A mi criterio los más importantes son dos:

- Los usuarios ceden los derechos sobre el contenido generado por ellos mismos en dichos sistemas de manera directa o indirecta. En casos como Facebook, Linked In o Instagram, permiten la transferencia de manera no exclusiva y la sublicencia del contenido. Eso quiere decir que las empresas lo pueden utilizar a su conveniencia para su promoción y en algunos casos hasta pueden venderlo.

- La empresa puede proporcionar la información de los usuarios a terceros en situaciones de seguridad nacional para investigar y prevenir actos criminales, ya sean empresas gubernamentales o privadas. Por ejemplo, la CIA puede solicitar el historial de un usuario o grupos de usuarios si lo requiriese.

El debate actual es si debemos o no permitir el acceso a nuestra información por parte de terceros. ¿Qué sucede con nuestra privacidad?, ¿qué hacen los sistemas y/o empresas con nuestra información? El historiador cultural de nuevos medios Siva Vaidhyanathan, habla de unos de los ejemplos de control de la información por parte de Google: la *googlización* del todo. Google además de ser el buscador más utilizado en el mundo, es dueño de diversos sistemas que también son los más usados en el Internet. Por citar algunos: Google Analytics (estadísticas de sitios web), Gmail, Youtube y DoubleClick (servicio de gestión de publicidad). Con toda la información que almacena Google se pueden generar perfiles psicográficos, delimitar nuestros gustos y preferencias. Google acumula el contenido más valioso en Internet: la información de las personas (Vaidhyanathan) y todos los contenidos de la web, gracias a su sistema de indexación que rastrea todos los sitios y guarda automáticamente un respaldo de todos ellos. Es decir, por más que se borre la información de un sitio o todo el sitio, queda un respaldo en los servidiores de Google, al cual no tenemos acceso.

Con respecto a la información en los medios digitales, en su libro *La cultura de la convergencia* Henry Jepkins define que con la masificación del Internet en los años 90 el nuevo modelo de conocimiento es la inteligencia colectiva. Jepkins cita a Pierre Lévy: «Ninguno de nosotros sabe todo, cada uno de nosotros sabe algo, por tanto todo el conocimiento está en la humanidad» (Jenkins, Localización Kindle 210-211). El Internet no es más que computadores conectados compartiendo información, quien tenga acceso a toda esa información, tiene acceso a todo su conocimiento.

Richard Ledgett, subdirector de la NSA, le responde al mundo en una charla organizada por TED (en marzo de 2014) aseverando que la agencia debe monitorear el Internet como uno de sus deberes en búsqueda de la seguridad nacional. Esta afirmación es errónea y se basa en un conjunto de leyes en los Estados Unidos que no deberían regir a todo el mundo. Ante ello han aparecido otros frentes: la Unión Europea, consciente del valor que posee la privacidad para las personas, en 2012 aprobó una Ley que regula que las páginas web que posean sistemas de recolección de información de los usuarios (como los *cookies*), han de solicitar permiso a los usuarios para el debido rastreo. En 2014 se presentó una reforma a la legislación de protección de datos personales que busca proteger los datos privados de los usuarios ante el manejo ilícito y abusivo por parte de las empresas.

Existe la otra cara de la moneda, personas que afirman que la privacidad no existe en el Internet, usuarios que no tienen conflicto en entregar su información, sus datos, su contenido a terceros en la *web* con el argumento de que no tienen nada que esconder en su información generada y que, por tanto, el cómo se trate dicho contenido no es un problema relevante. A quienes toman esa actitud podemos preguntarles: ¿serían capaces de permitir la entrada a cualquier persona a su casa para que la revise?, ¿mostrarían sus cosas personales?, ¿serían capaces de entregar su celular todos los días para que un extraño lo revise y guarde respaldo de su información? En verdad creo que no lo permitirían, sin embargo eso mismo es lo que sucede todos los días en el Internet con nuestra información. El principio de privacidad sea o no en un sistema digital seguirá siendo el mismo. Según el diccionario de la Real Academia Española, la definición de privacidad en es: «ámbito de la vida privada que se tiene derecho a proteger de cualquier intromisión».

Los estados deben comprender la problemática actual, la necesidad de generar nuevas

normativas, leyes que protejan nuestros datos y nuestra privacidad en el Internet, dentro de un marco legal común para todos, fundamentado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Como indica su artículo 12, «nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques».

El Internet no lo hace un grupo pequeño de personas, un único Estado o continente, sino todo lo contrario. El Internet lo hacemos todos los participantes inmersos, toda la humanidad.

> *Ubuntu:* «Yo soy, porque todos somos».

Publicado el 22/07/2014

Bibliografía

- ESS, Charles. *Digital Media Ethics*. Polity Press, EEUU, 2014.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press, EEUU, 2008.
- Vaidhyanathan, Siva. *La Googlización del todo*. Océano, México, 2012.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/informacion-y-privacidad-en-la-era-digital