

Redes sociales y datos personales:

¿ACEPTO LAS CONDICIONES Y TÉRMINOS DEL SERVICIO?

Debate global se ha generado en torno al uso que las redes sociales virtuales hacen de los datos que recopilan de sus usuarios, planteando la duda sobre la gratuidad de estos servicios.

Por Ana Gabriela Martínez A.

ACTUALIDAD

“**H**e leído y acepto las condiciones y términos de uso”. ¿Cuántas veces hemos visto esta frase y aceptado el contrato sin leerlo, al registrarnos en una red social virtual? ¿Sabemos qué implica? A cada segundo personas en todo el mundo entregan información privada de todo tipo a las redes sociales virtuales. Sin embargo, casos como el de Facebook/Cambridge Analytica sobre la filtración de datos de usuarios para ser utilizados con fines políticos, encendió alarmas respecto a la ética con que estas compañías capturan y manejan esta información.

El profesor Claudio Gutiérrez del Departamento de Ciencias de la Computación e investigador del Instituto Milenio Fundamentos de los Datos, afirma que primero se debe entender que las redes sociales virtuales —como Facebook, Twitter o Instagram— son tecnologías que están transformando las relaciones humanas en algo material, “y una vez que las materializan, se pueden moldear,

transformar, dirigir e, incluso, vender o comprar. Y las empresas de redes sociales hacen esto valiéndose de la principal materia prima que las sustenta: nuestros datos”.

Los datos se recolectan, almacenan, analizan y utilizan para incidir sobre los usuarios. Existen datos explícitos e implícitos y las tecnologías hoy permiten capturar ambos. “Los datos explícitos tienen que ver con respuestas a preguntas como cuál es tu nombre, cuántos años tienes, cuáles son tus gustos o quiénes son tus amigos y, en general, se abordan en las condiciones de términos y servicios. Pero los datos implícitos se capturan sin preguntar: ubicación geográfica, páginas visitadas, lecturas, *clicks*... y estos no aparecen en los contratos”, explica el académico. Es tal el valor de esta información que hoy día se dice que los datos son el nuevo petróleo.

Tanto así, que también están impactando la manera en que se hace ciencia. “Un gran

foco de investigación hoy es el procesamiento de datos masivos y el aprendizaje de máquinas”, señala el Prof. Gutiérrez, quien se dedica al estudio del manejo de los datos y su semántica (su significado), su estructura de grafos, su caracterización y sus modos de publicación. “De ser archivos físicos, tablas de símbolos y números, se han extendido en volumen, dinamismo y heterogeneidad (imágenes, videos, grafos, etc.) y han pasado a constituir la base de técnicas como aprendizaje de máquinas. Entonces, surgen preguntas como ¿qué son estos objetos?, ¿qué tipo de estándares conformarán?, ¿qué relación tienen con la semántica y la información que representan?, ¿son materiales o virtuales?”

DATOS, DATOS Y MÁS DATOS

Si de datos se trata, nada se desecha. “Se estudian de acuerdo a determinados objetivos”, afirma el profesor Gutiérrez.




“Depende de la empresa, pero muchos tienen que ver con perfiles económicos y sociales de caracterización de comportamiento. Por ejemplo, las compañías telefónicas pueden conocer con mayor precisión el flujo de gente en determinados puntos y horarios. Y conectado a eso, a una empresa de buses le puede interesar esa información porque así sabe a qué hora tiene que aumentar o disminuir la flota, ¿y dónde compra esa información?”.

Entonces, ¿a quién le pertenecen los datos, al usuario o a la empresa? Si le entrego mi información a la red social virtual ¿estoy autorizándola a cedérsela a terceros? “Ahí está la disputa”, responde el académico y agrega: “Si lees el contrato y algo no te gusta, no tienes opción. No hay una

negociación. Y, claro, te ofrecen cosas tan atractivas que los usuarios se entusiasman y aceptan, pero a costa de esto”.

Si bien han surgido normas como el Reglamento de Protección de Datos de la Unión Europea (GDPR por sus siglas en inglés) que desde mayo de 2018 rige para ese territorio, el profesor del DCC sostiene que debemos ir más allá. “La filosofía debiera ser que cualquier dato que usted nos dé, nos comprometemos a que lo tome de vuelta sin mantener nada, sin codificarlo en formato propietario y sin reclamar derecho de propiedad intelectual. Como el proyecto SOLID de Tim Berners-Lee, Premio Turing (el Nobel de Computación),

que se basa en el predicamento: darle a cada usuario la elección de dónde guardar sus datos, qué gente y grupos pueden accederlos, y qué aplicaciones usar”.

De modo que, en este nuevo escenario, el académico afirma que la pregunta de los contratos de redes sociales virtuales debiera ser: “tomaremos estos datos suyos, haremos determinado uso, y usted mantendrá sus derechos sobre ellos. ¿Acepta las condiciones?” 

Contacto:
cguierr@dcc.uchile.cl