

Big Data y la protección de los datos

Hoy en día, si estamos mínimamente enterados del mundo tecnológico empresarial, seguramente que nos venga a la cabeza el término de Big Data, ya que ha sido uno de los conceptos más populares de las compañías los últimos años (como se puede ver en la imagen).



Todo eso ha hecho que parezca que todas las compañías tengan que invertir en ello, para poder sacar provecho a todos esos datos crudos que tenemos, transformarlos en información, y así, poder, por ejemplo, encontrar posibles nichos de negocio sin explorar, que puedan beneficiar a la compañía.

Gracias a ello, se generan beneficios a las compañías, pero tiene un “problema”, que es básicamente, que, para hacer un análisis de Big Data, vas a necesitar datos (además de manera masiva), lo que termina generando una necesidad de los mismos, y para ello, al final, somos nosotros los que se los damos, muchas veces sin ningún tipo de control.

Aquí surge la típica frase, que define Internet, que es que “Si el producto es gratis, eres tú el producto”, ya que, en internet, nos hemos acostumbrado a que prácticamente todo sea gratis, y si no es así, pues prácticamente no lo queremos, sin darnos cuenta de que estamos pagando un gran peaje para poder entrar.

Todo esto puede parecer algo prácticamente exagerado, que no es para tanto, que es prácticamente imposible que todo esto me vaya a afectar... pero esto no está muy lejos de la realidad; ya es bastante común que, a la hora de contratar a un candidato, las compañías hagan un análisis previo de la actividad del candidato por las redes, y si encuentran algo que no les guste, pueden terminar no cogiéndote por eso.

Esto también es un problema de culturas: mientras que aquí, en Europa, se tiene una mentalidad más de protección de lo individual frente a la sociedad, en otros países, como en Estados Unidos, esto es prácticamente al revés (se le da prioridad a la sociedad, frente al individuo), a la hora de la protección de los datos; y claro, la mayoría de las compañías (Google, Facebook, Microsoft...) son americanas.

Por último, también recordar que no sabemos quién es el dueño final de nuestros datos, ya que algunas compañías venden esos datos sin ton ni son a otras compañías terceras, donde estos pueden hacer cualquier cosa con los mismos, como, por ejemplo, venderlos a otros...

Però esto no solo se limita a la privacidad, también está el problema de las filtraciones de los datos, donde ya es casi costumbre que esto ocurra a las

compañías, donde se roban cientos de miles de registros de información privada (y a veces crítica), sin poder hacer gran cosa para poder evitarlo.

Debido a esto, el nuevo reglamento de protección de datos busca poder “controlar” estos aspectos, aunque con las compañías externas parece que “no debe de cambiar mucho”, ya que, aunque los datos estén ahora en suelo europeo (si tratan con datos de ciudadanos europeos), prácticamente no hay ninguna garantía de que vayan a usarlos “correctamente”, porque el acuerdo se puede resumir en “vamos a usar los datos de los ciudadanos europeos de manera correcta”.

En conclusión, parece que el Big Data tiene un gran potencial, pero también un gran riesgo, si no se utiliza bien. Así que habría que tener una reflexión a la hora de usarlo, no solo teniendo en cuenta cuestiones de la compañía (qué me va a aportar...), sino también usando un poco la empatía, y pensar qué puede pasar a los usuarios finales por recolectar todos esos datos de los mismos, son ningún tipo de criterio.