

Cuando el producto es gratis, el producto eres tú.

En 2012, un adivino montó una carpa en una plaza de Bruselas para mostrar sus extraordinarios poderes. Sus ayudantes invitaron a los viandantes a tomar asiento frente al clarividente, y uno por uno se quedaron sin habla al escuchar a aquel hombre, al que no habían visto jamás, describirles su vida al detalle: cómo era su familia, a qué se dedicaban, sus aficiones y vidas amorosas, sus miedos y enfermedades... y también su cuenta bancaria, el dinero que tenían y en qué lo gastaban, sus contraseñas, ...

Por supuesto, aquel hombre no tenía ningún poder místico, no era ningún adivino. Lo que sí tenía era un equipo de personas que investigaban, con la ayuda de ordenadores, a cada uno de los que entraban en la carpa, y un pinganillo para recibir su información. Se trataba (podéis verlo en el vídeo anterior) de una campaña viral de una organización por una banca online segura. Redes sociales, Google, registros en páginas web o comercios digitales: la cantidad de veces que entregamos nuestra información privada en Internet es ya incontable, hasta el punto de que es una batalla que casi damos por perdida.

Nuestro afán por revelar nuestra propia intimidad es ya una forma de vida: retransmitimos nuestro día a día en directo, utilizamos multitud de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, ...) a diario para publicar fotos de lo que comemos y dónde lo comemos, todas las cosas que compramos y cómo y dónde las compramos, las películas y series que estamos viendo, los libros que estamos leyendo, nuestra opinión sobre cualquier noticia o asunto de actualidad, publicamos el destino de nuestras vacaciones, así como los días que estaremos de vacaciones e incluso qué haremos durante esos

días, las rupturas amorosas, el nacimiento de un hijo o la adopción de un animal. ¿A quién le va a interesar esta información?, nos solemos preguntar para tranquilizarnos, y nos tranquilizamos más aún pensando que de todas formas es información inocua. Pero la localización geográfica revela nuestro domicilio o nuestra ubicación actual, un comentario de indignación política puede establecer una orientación y perfil político concretos, nuestras compras y gastos mensuales pueden reflejar nuestro capital económico, y esto es sólo la punta del iceberg.

Todos tenemos más o menos asumido que es el precio que pagamos por disfrutar de servicios muy útiles, sin los que ya no sabríamos vivir, algo que se junta al exhibicionismo y la vanidad inherentes a la naturaleza humana. El problema es que a menudo olvidamos las implicaciones de pagar ese precio, la pérdida de la privacidad, la pérdida de un derecho fundamental.

En un paper de 2013 de los economistas Savage y Waldman, titulado "The Value of Online Privacy", sugerían que los humanos estamos dispuestos a pagar porque nuestros datos no sean recopilados por las apps. Es decir, lo decimos, pero luego no nos preocupamos por ello. ¿Pereza? ¿Dificultad? ¿Ignorancia? Por otro lado, nos contradecemos. En el paper "The value of privacy in Web search", solo el 16% de los que participaron en la encuesta estarían dispuestos a pagar porque su navegación en la web fuera totalmente privada. En un reciente paper de dos investigadores de la Universidad de Chicago titulado "Is Privacy Policy Language Irrelevant to Consumers?", aparece como solo una pequeña fracción de usuarios está dispuesta a pagar 15 dólares para detener la invasión de privacidad.

No hay mucho que podamos hacer para recuperar esa privacidad perdida salvo que queramos desconectarnos de Internet, desaparecer del mundo digital y hacer como que los últimos 20 años no han ocurrido. Como decía unas líneas atrás, el mundo

es el que es, las redes sociales y el big data han venido para quedarse y el concepto de privacidad e intimidad ha cambiado. Aún así, es importante que seamos conscientes de lo que estamos entregando a cambio de todos esos servicios “gratuitos”.

En esta economía digital, nuestra privacidad, los datos que generamos en el día a día son la nueva divisa. ¿Somos conscientes de ello? ¿Pagaríamos porque dejara de ser así? ¿El beneficio compensa el coste? En mi humilde opinión, la respuesta a estas preguntas se obtuvo en 2013, con la aparición de un nuevo sistema de mensajería. Por aquella época la prensa se hizo eco de noticias que atentaban sobre una brecha de privacidad que acompañaba al actual sistema de mensajería, WhatsApp, en las cuales se demostró que dicha compañía compartía con terceros la información recopilada en sus sistemas. A raíz de dichas noticias surgió Telegram, un nuevo sistema de mensajería que prometía cubrir el aspecto más dañado de WhatsApp, la seguridad y privacidad de los datos de sus usuarios, y que desde el principio demostró que así era.

Fue en este momento cuando tuvimos la oportunidad de velar por nuestra privacidad a cambio de un coste ínfimo, el uso de otro sistema de mensajería, pero a pesar de ello, la mayoría de usuarios decidimos seguir utilizando WhatsApp, decidimos seguir utilizando el mismo sistema bajo el pretexto de la comodidad, el rechazo al cambio, y la exclusión social que ello representaría, ya que solamente podríamos comunicarnos con aquellas personas que también utilizarasen Telegram. En mi opinión, las personas todavía no somos conscientes de todos los datos sobre nosotros que son almacenados y analizados por terceros. Suponemos que se trata de una pequeña porción de información sobre nosotros y que no supone el suficiente coste como para dejar de lado todos los beneficios que nos aportan hoy en día las tecnologías gratuitas que utilizamos.

Al fin y al cabo somos seres humanos, muchas veces cerramos los ojos a la realidad y hacemos oídos sordos para no

descubrir aspectos de esta que no nos interesan conocer, nos sentimos cómodos viviendo parcialmente en la ignorancia, para posteriormente justificar nuestros errores con ella, y de este modo trasladar la responsabilidad de nuestras acciones fuera de nosotros. Pero tarde o temprano cada uno de nosotros tropezaremos con la piedra de la privacidad, y cuando ya sea demasiado tarde querremos reivindicar un derecho fundamental que hace tiempo vendimos conscientemente a cambio de comodidades.

REFERENCIAS:

[1] La privacidad en juego | FS Gamer

[2] La privacidad en la era del Big Data