

La pescadilla que se muerde la cola

Después de un mes hablando de temas relacionados con los Sistemas de Información (SSII) y un debate más ético que técnico sobre los límites de la tecnología, me surge una reflexión.

Cuando vamos a un hotel, como consumidores del servicio y clientes del local, nos gusta recibir un servicio personalizado y ajustado a nuestras necesidades. Sería todo un detalle por parte del hotel que si tuviésemos una necesidad o un incidente con cualquier cosa, lo resolviesen sin necesidad de comentárselo. Por ejemplo: pido un café en la cafetería, se me cae cuando le echo azúcar y el camarero me trae otro porque ha estado atento y ha visto que se me caía. Podríamos decir que el camarero dispone de información que yo no le he proporcionado, o al menos explícitamente. Pero, sin embargo, resulta agradable que me traiga otro café.



<https://www.universidades.com.pa/blog/privacidad-en-el-trabajo-donde-esta-el-limite>

Algo parecido ocurre con los SSII. Estos sistemas cuentan con información nuestra en relación con las interacciones que hacemos con los sistemas relacionados a ellos. Por tanto, sin que nosotros seamos conscientes (e incluso haya veces que ni sepamos que esa información es almacenada) los sistemas guardan las veces que pinchamos en el enlace que nos lleva a la tienda, las compras que hacemos con tarjeta, las que

hacemos por internet, las veces que abrimos un email comercial, las veces que compramos en épocas de rebajas/promociones, ... Y estos son sólo ejemplos de una información que podríamos considerar como poco importante o irrelevante. De hecho, quizás hasta nos interese que lo sepan para recibir un servicio más apropiado para nosotros.

Puede que nos resulte extraño, a estas alturas del desarrollo tecnológico, que una página nos mostrase artículos que nos sean irrelevantes (unas tijeras para podar los setos cuando no tienes jardín, unos audífonos cuando tienes 23 años, una pluma estilográfica en pleno salto del papel al ordenador, ...). Pero hay ocasiones en las que nos asustamos de las recomendaciones TAN personalizadas que recibimos.

Porque es alarmante que si estoy hablando con un amigo de hacer un viaje a Asturias las próximas vacaciones, la próxima vez que entro al navegador de mi teléfono el primer anuncio que me encuentro sea «Autobuses a Asturias por 20 €». Esto también es información con la que cuenta el sistema encargado de recomendárnoslo, pero no hemos sido conscientes de que proporcionábamos esa información que se ha registrado a través del micrófono de nuestro móvil.

¿Hasta qué punto estamos dispuestos a dar información a las empresas y SSII con tal de recibir un servicio personalizado? ¿Cuánto de conscientes somos sobre la información con la que cuentan? Es un problema no controlar la privacidad y más aún si la información que se recoge es susceptible de ser vendida a terceros sin saber el uso que pueden hacer de ella. Por ejemplo, no sé ni en cuántas páginas web he registrado mi domicilio para comprar entradas de conciertos. A saber cuánta gente dispone la información de dónde vivo.

Si en algún momento deciden que quieren visitarme, por lo menos que vengan en el horario en el que estoy en casa. Aunque supongo que eso también lo sabrán...