

'Big Brother is on the Internet'

Los datos personales están formados por una variada información sobre nosotros que nos identifica y que comprende nuestro nombre, edad, sexo, estado civil, nacionalidad, patrimonio, gustos, consumo, hábitos, ideología, estado de salud, características físicas o relaciones sociales, entre otros atributos y rasgos definitorios de lo que somos y lo que hacemos.

Nuestros datos dicen, incluso, lo que queremos ser. Somos toda esa información y la facilitamos cuando contratamos, consumimos, publicamos, seleccionamos o, simplemente, nos relacionamos con terceros. Y toda esa información, que vertemos al exterior día a día a través de múltiples actos, unos consentidos y otros de forma inconsciente, se recaba, trata y cede con el objetivo último de influir en nosotros, dirigir nuestros actos como consumidor y, en general, como sujeto social.

La información es poder y controlar la información, una potente herramienta de control. Por eso, lo que somos, toda la información que de nosotros circula por esa gran red de internet, se ha convertido en una mercancía muy valiosa. Empresas y gobiernos trafican con nuestros datos: los tratan y los ceden con fines comerciales, estratégicos, políticos, incluso con fines de "seguridad nacional".



Nos dirán que somos los dueños de nuestros datos, los únicos capaces de autorizar el uso que terceros puedan darles. Nos dirán que nosotros decidimos a quién se los damos, cuándo y para qué. Nos dirán que la seguridad no está reñida con la privacidad ni ésta con la innovación. Sin embargo, los usuarios cada vez nos sentimos más vulnerables y cada vez son más los que desconfiamos de ese poder de control sobre nuestros datos.

Consentimientos tácitos o camuflados en aceptaciones automáticas; modelos de gestión de la privacidad con formatos y cláusulas farragosas, ininteligibles y abusivas; procesos de recogida, tratamiento y cesión complejos y poco transparentes para el usuario; falta de transparencia y confusión en la identificación de los responsables y gestores del tratamiento y uso de los datos; organismos reguladores ineficaces y que imponen escasas sanciones al que vulnera la privacidad, etc... Son algunos ejemplos cotidianos que evidencian que la gestión de los datos esté realmente fuera de nuestro control y que la protección, vía regulación y control, es insuficiente.

El comisario europeo de Economía Digital, **Günther H. Oettinger**, declaró recientemente: "*Europa necesita regulaciones claras, pragmáticas y orientadas al mercado*". Y en esa frase están las palabras claves de la protección de datos en Europa: mercados y gobiernos. Es el mercado quien orienta y los gobiernos quienes regulan de forma pragmática. La privacidad y el control real de sus datos en manos de los usuarios pasan a un segundo plano.



Operadoras de telecomunicaciones y empresas OTT (*Over The Top*) cuyo negocio se gestiona a través de Internet, entre ellas Facebook, Google, Amazon, Twitter o Whatsapp, están actualmente enzarzadas en una pelea por el control de los datos de los usuarios, un tesoro muy preciado para todas ellas.

Telefónica anunció recientemente que permitirá a sus clientes controlar la información que manejan las empresas de internet. La operadora está interesada en que los usuarios recuperen el control de sus datos y se ofrece como guardián supremo de la galaxia.

Es cierto que las OTT tienen un control absoluto de los datos de los clientes a lo que se le unen unas condiciones de uso y privacidad grotescas y unos procedimientos de acceso y ejercicio de los derechos de los usuarios con grandes e importantes desequilibrios en perjuicio de estos pero lo que debemos preguntarnos es si realmente les preocupa a las operadoras la privacidad de sus clientes o si lo que está en juego es otra cosa.

Más bien parece que es el reparto del botín lo que se discute y que acceder a nuestros datos es acceder a lo que somos y es el instrumento perfecto para la manipulación y el control.

Olga Ruiz Legido es secretaria general de FACUA.