

>ENRIQUE DANS

WWW.ENRIQUEDANS.COM

El debate de la privacidad

Vivimos tiempos interesantes, como dice la maldición china. Tiempos de cambios exponenciales, de evoluciones vertiginosas. Tiempos en los que se redefinen conceptos y se alteran equilibrios y consensos sociales materializados a lo largo de siglos. En pocos meses, una red social como Facebook ha pasado de 300 millones de usuarios en septiembre de 2009, a 350 en diciembre, y a 400 en febrero de 2010. En España, Facebook seduce a más de diez millones de personas, el 70% de las cuales entra todos los días. Y protagoniza uno de los debates actuales más interesantes: el de la privacidad.

Para algunos, la privacidad, simplemente, es una anomalía histórica. Es algo en desuso, cada vez menos importante, destinado a desaparecer. De hecho, cuando vivíamos en pueblos pequeños, la privacidad a efectos prácticos no existía: cada persona sabía la vida de sus conciudadanos; dónde vivían, cómo se llamaban, si tenían hijos o no, si éstos iban bien en el colegio... casi toda la información estaba al alcance de todos. La privacidad apareció de manera accidental cuando emigramos a las grandes ciudades: en estas, identificar a las personas en medio de una gran masa de apartamentos idénticos llenos de personas con las que no teníamos relación era prácticamente imposible, generando una carencia que dio lugar a la privacidad. Ahora, en pleno siglo XXI, esta vuelve a desaparecer: basta con bajar al buzón, leer un nombre y buscarlo en Google o Facebook para ver a qué se dedica o quiénes son sus amigos.

Obviamente, la explicación es en cierto modo interesada. En los pueblos, como en todas partes, había secretos de todo tipo, y un mundo con una privacidad en segundo plano es el sueño dorado de quienes aspiran a intermediar entre los datos de los usuarios y los anunciantes. A más datos en circulación, mayores oportunidades para generar ingresos. Tuenti, una red española que congrega a más de ocho millones de jóvenes españoles y que tiene características

que la hacen puntera a nivel mundial, es capaz de hacer llegar una promoción de colonia ante los ojos de mujeres de entre 14 y 18 años, que residen en núcleos urbanos con El Corte Inglés, y que vivan o salgan de copas cerca del mismo. Sin embargo, ¿viola con esto su privacidad? La empresa no "vende" los datos: los custodia rigurosamente, y se limita a posibilitar el acceso a unos clientes, acceso que ejecuta la propia red social sin "pasar" información al anunciante más allá de datos agregados. Las cosas no siempre son lo que parecen, y guiarse por clichés no es una buena práctica.

Valoremos mucho o poco la privacidad, parece evidente que en los tiempos en que vivimos deberíamos ser como mínimo capaces de administrarla, manteniendo el control sobre la misma. Un porcentaje elevado de los usuarios de Facebook mantiene la configuración de privacidad por defecto sin cambiar nada, y maneja su red de amigos sin hacer grupos entre ellos. ¿Le parece lógico dar "café para todos" en su red, tratar exactamente igual a amigos, familiares, amigos de amigos o compañeros de trabajo, y compartir lo mismo con todos ellos?

Evidentemente, en esa situación falta una adaptación al medio, un desarrollo de sentido común, o ambas cosas.

Una red social es una herramienta sofisticada. Permite sentir un nivel de proximidad agradable con otras personas cuando no estamos con ellas, y se comporta como complemento, no como sustituto de nuestras relaciones sociales: no nos volvemos taciturnos y huidizos por usar redes sociales, sino que seguimos saliendo y tomando copas con nuestros amigos exactamente igual. Simplemente, disfrutamos de mayor contexto. Es posible que muchos hechos relevantes en su futuro, temas sociales, personales o profesionales, tengan lugar en una red social. Con el nivel actual de uso, los "raros" ya no somos los que estamos en una red social, sino los que se mantienen al margen de ellas. Las redes sociales son un signo de los tiempos. Pero dado que las redes sociales nos llevan a revisar el concepto de privacidad, hágase un favor, y hágalo. Revise lo que comparte, con quién lo comparte, y si efectivamente quiere que así sea. En el nuevo debate de la privacidad, sin duda, vivimos tiempos interesantes.

The screenshot shows the top of Enrique Dans' blog. The main article is titled "Show me the money!!!!!! El triunfo de las 'comillitas...'" and features a photo of a man shouting "SHOW ME THE MONEY!". The sidebar includes social media links for Twitter, Facebook, and My del social, along with a search bar and a "Me gusta" button.

www.enriquedans.com

Enrique Dans es profesor de IE Business School y se ha convertido en uno de los más agudos observadores de los cambios que están provocando en nuestra sociedad las nuevas tecnologías. Su blog es uno de los más seguidos y admirados en castellano.

No nos volvemos taciturnos y huidizos por usar redes sociales, seguimos saliendo y tomando copas con nuestros amigos exactamente igual