29-05-2012

La red fundada por Zuckerberg es un auténtico servicio de inteligencia

Facebook, el gran predador

Eduardo Febbro

Página 12

La empresa se sirve de cada huella dejada por los usuarios para hacer dinero con ellas. La asociación Interne

¿Cuál es el tercer país del mundo en términos de población y el que más espía a sus ciudadanos? La respuesta cabe en un territorio virtual: Facebook. Con sus 900 millones de usuarios registrados, si Facebook fuera un país sería el tercero del mundo, justo después de China (1340 millones de habitantes) y la India (1170 millones). Esta demografía virtual hace de Facebook un territorio de participación voluntaria en el cual los usuarios entregan su intimidad con toda inocencia sin tener plena conciencia de a lo que están expuestos, ni tampoco el gigantesco capital que los utilizadores aportan a la empresa fundada por Marc Zuckerberg.

Creada hace apenas ocho años, Facebook pretende cotizar a un valor bursátil de 104.000 millones de dólares. Es más grande que Amazon, 98.000 millones de dólares, vale casi tres veces más que Ford Motors, 38.000 millones de dólares, pero menos que Google, 203.000 millones, y que Apple, 495.000 millones. Al igual que Google y otros gigantes de la red, Facebook ha dejado de ser la muy simpática Satart-Up creada en el campus de Harvard. Es un predador de datos, una aspiradora universal de publicidad, un auténtico servicio de inteligencia que se sirve de cada huella dejada por los usuarios para hacer dinero con ellas.

Todas las cifras que tienen que ver con Facebook son imperiales: con 169 millones de usuarios, Estados Unidos cuenta con el mayor número de miembros. Le siguen la India, con 51 millones; Brasil, con 45 millones, y México, con 20. Más de 300 millones de fotos se suben cada día a Facebook y cerca de 500 millones de personas acceden a la red social utilizando dispositivos móviles. Sin embargo, el calificativo de "red social" está lejos de coincidir con la realidad. Como lo resalta Archippe Yepmou, presidente de la asociación Internet sin Fronteras (www.internetsansfrontieres.com), ISF, el valor bursátil de Facebook "está indexado sobre el abuso de nuestro derecho al control de nuestros datos personales".

El peso de Facebook es proporcional al grado de intimidad que revelamos con nuestras conexiones. Facebook y Google se apoyan en casi el mismo modelo económico: cuanto más se sabe sobre los gustos e inclinaciones de los usuarios, más dinero se puede hacer con esos datos sin que el utilizador haya dado su acuerdo. Es en este contexto que la asociación Internet sin Fronteras propone la creación de un e-sindicato con la meta de defender los derechos de los usuarios de Facebook y otros mastodontes numéricos que espían cada uno de nuestros clics para convertirlos en oro. Antonin Moulart, miembro de Internet sin Fronteras, explica que la "idea de un sindicato electrónico apunta a imponer una relación de fuerza con la empresa del señor Zuckerberg para que entienda que tenemos derecho a decidir sobre nuestras informaciones personales". La paradoja Facebook es inmensa: se ha vuelto un útil de intercambio mayor, con alcance planetario, pero su aparente inocencia atrae adeptos que se prestan voluntariamente a una violación impensable de su vida privada. Archippe Yepmou revela, por ejemplo, que "nuestras agendas están scaneadas por

Facebook a través de nuestro teléfono móvil y nuestro web mail. La empresa procede también a una identificación biométrica que le permite a Facebook reconocer logos y rostros de las fotos sin que el contribuyente haya dado su autorización explícita". La idea del e-sindicato viene a imponer un mediador entre las personas y este robo de la intimidad. Desde luego, la solución más simple consistiría en no inscribirse en Facebook, pero su necesidad, real o imaginaria, ya es un hecho consumado. En este sentido, la asociación Internet sin Fronteras reconoce que "la posición monopólica de Facebook hizo de la empresa un espacio de socialización obligatorio para toda o una parte de la población". Hemos ingresado en ese espacio virtual-social como ovejas mansas mientras el lobo estaba al acecho. Reparar el error requiere una conciencia universal del valor estratégico y comercial de nuestros datos personales, así como de nuestro derecho a oponernos a que sean comercializados. Pero esa conciencia está lejos, muy lejos de haberse plasmado. La capitalización de los datos personales está perfectamente cifrada en el valor de Facebook. No son sus máquinas o su programa lo que han hecho su riqueza, sino nuestra intimidad. El ingreso en la Bolsa de Facebook inaugura otra fase peligrosa: "El modelo económico de la empresa basado en la explotación comercial de la vida privada va a empujar a Facebook hacia una dirección todavía más intrusiva y liberticida", afirma la ISF.

Facebook es un auténtico estómago de datos cuyo destino, en gran parte, desconocemos. El contrapoder frente a Facebook y otros traga-datos planetarios existe: es, por ahora, tímido pero real. Electronic Frontier Foundation, Internet sin Fronteras, las muy oficial CNIL (Comisión Nacional de Informática y Libertades, Francia), el Controlador Europeo de Protección de Datos, CEPD, o Europe versus Facebook son algunos de los organismos oficiales o no gubernamentales que se plantean la manera de tejer un cerco legal entre los ciudadanos y empresas como Facebook o Google que lucran con nuestra vida. Harán falta, sin embargo, muchos años para que los usuarios pasen a la acción y tomen conciencia de los niveles de exposición a los que están sometidos cuando, sin ninguna garantía de privacidad, suben una foto, manifiestan un gusto musical o la preferencia por una u otra marca.

Fuente: http://www.pagina12.com.ar/diario/elmundo/4-195019-2012-05-27.html