

Vida digital



Javier Domínguez

Ingeniero de Telecomunicación

 domingja@coit.es

Hace tiempo que estoy expectante por conocer el valor de mi vida digital y decidir cómo administrarlo. Todo empezó cuando algunas operadoras de telecomunicación, a través de sus primeros ejecutivos, anunciaron que se estaban preparando para devolver a sus clientes los datos personales que vierten a sus redes. En los relatos periodísticos se nos informaba que, mediante una sencilla aplicación, podríamos limitar su cesión, e incluso, hubo titulares que citaban la posibilidad de negociar una contraprestación por su comercialización por las empresas de Internet.

Por si se hiciera realidad, quisiera estar preparado para decidir con criterio y seguridad sobre el valor de mi vida digital. Pero les confieso que, cuando reflexiono sobre lo que puede significar su devolución y la capacidad de rentabilizarlo, me surgen dudas existenciales.

Me pregunto si formarán parte del paquete los datos que, previa aceptación de unas condiciones, cedo libremente a las empresas de Internet cuando utilizo sus servicios. ¿Se incluirá también la información que los algoritmos capturan en la sombra, al cruzar mis datos con los de mis contactos, para dibujar patrones y tendencias de comportamiento?

He procurado leer lo que se cuenta sobre la iniciativa y tengo la percepción de que, con el primer mensaje, se buscaba un titular de impacto. Pero las confesiones posteriores de los responsables de su desarrollo han rebajado sustancialmente el alcance del anuncio; ¡ya se sabe: “no permitas que un experto te estropee un buen titular”!

Dicen los expertos que no se pretende competir en el territorio de Google, Facebook o Amazon. El objetivo sería el diseño de un asistente personal, virtual e inteligente, que facilite la comunicación entre la operadora y sus clientes con el fin de enriquecer y mejorar los servicios prestados.

Interpreto que el asistente aprenderá y actuará solo a partir de los datos que el usuario aporte y ceda en el ámbito de los servicios contratados, pero ignorará la infor-

mación que se intercambia con otros agentes (por ejemplo, los Over The Top). Como los clientes son los dueños de sus datos, se supone que las mejoras que, a partir de ellos, introduzca la operadora en los servicios prestados, serán gratuitas.

Con la promesa de que vamos a recuperar la soberanía de nuestra vida digital, cuentan que el asistente personal nos ofrecerá la oportunidad de decidir si aceptamos la cesión a terceros de los datos obtenidos en el uso de los servicios, y que nos facilitará la negociación de una posible contraprestación. ¿Será cierto?

Para emocionarnos y demostrar la utilidad del proyecto, hablan de que, por ejemplo, los datos de localización que registran las redes servirían para contactar a los clientes en casos de emergencia o para optimizar el coste del seguro de vehículos; además, el acceso al historial de facturación, facilitaría y abarataría la concesión de un préstamo por un banco. Incluso advierten: “nuestros datos que almacenan las operadoras, pero que Google, Facebook o Amazon no poseen, serán de gran interés para estas empresas”.

De momento, con la escasa información disponible, le toca a la imaginación, con una buena dosis de escepticismo pragmático, progresar en la especulación sobre el valor de mi vida digital. Seguiré expectante. ☉

Digital Life

Some telecommunications operators, through their top executives, announced they are preparing to return to their clients the personal data that they post to their networks. They say that through a simple application we could limit their assignment, and even negotiate a compensation for their marketing by the Internet companies. For the moment, with the scant information available, we will have to speculate on the value of the so-called digital life.