

## Opinión

# La vida digitalizada: lo que hacemos queda registrado

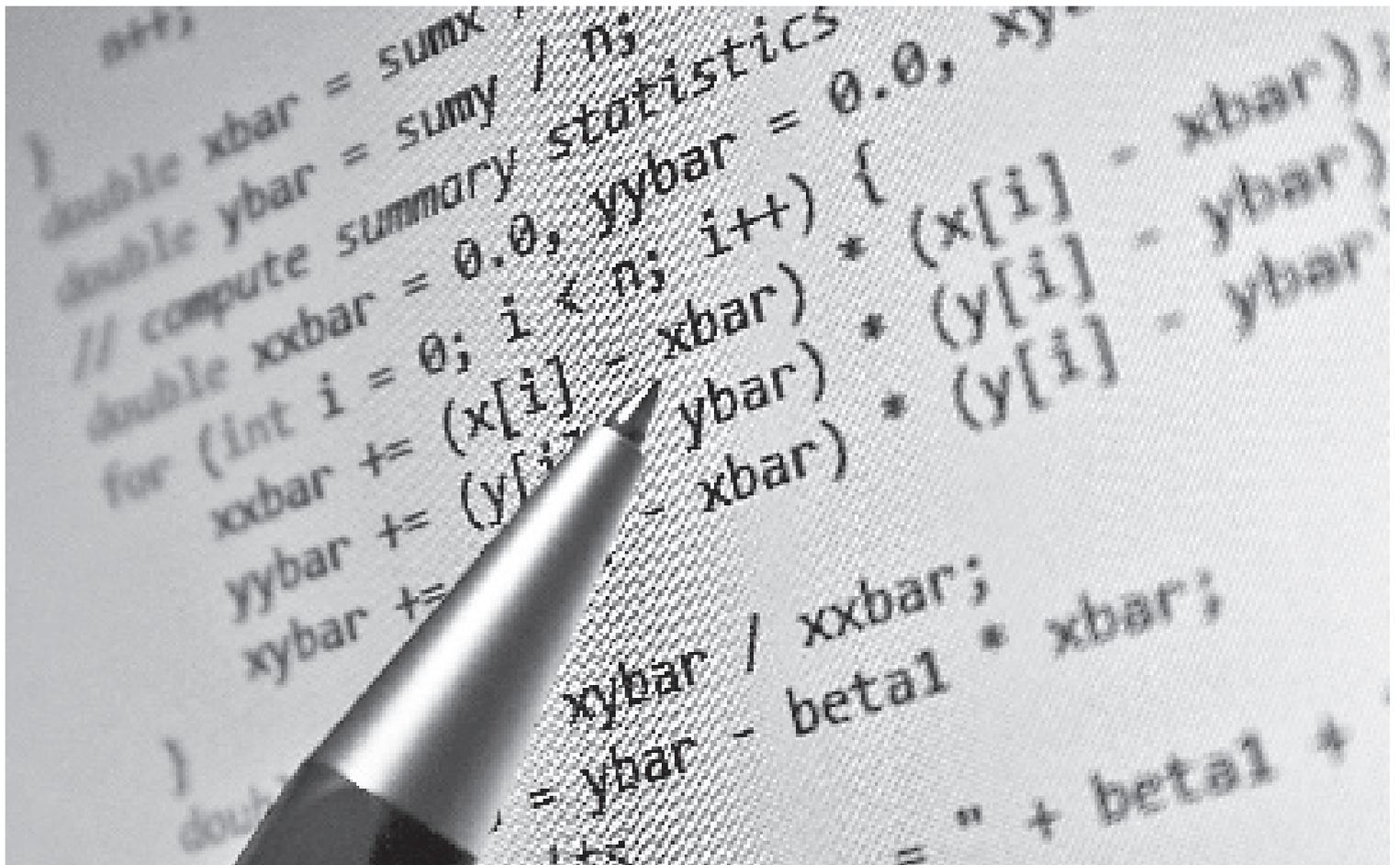
Jorge Franganillo (\*)  
Especial para Diario UNO



Vamos dejando a nuestro paso un rastro digital sobre nuestros hábitos. Y hay quien reconoce ese rastro, lo guarda, y luego lo aprovecha o lo vende. Cada clic en internet, cada llamada o cada mensaje del celular, cada compra pagada con tarjeta envía una información a alguna base de datos, y de éstas hay muchas. Con esta información se puede dibujar el perfil de las personas: qué compran, qué les gusta, qué consultan en internet, qué les preocupa.

No se trata de saber quién es quién ni de conocer la cara de nadie. Se trata de saber qué hace el conjunto de personas que tienen hábitos en común en un aspecto de su vida. A partir de este conocimiento se diseñan políticas

Conocer los hábitos de las personas anticipa su conducta y revela cómo se puede influir sobre ella



publicitarias, empresariales o de otro tipo que se dirigen específicamente a cada conjunto.

La vida cotidiana está digitalizada: muchos detalles de lo que hacemos quedan registrados. La tarjeta de crédito y la del supermercado generan una información valiosa — gustos, frecuencia de compra, nivel de gasto — que permite personalizar la publicidad y hacerla más efectiva que la tradicional porque ya se sabe qué compra y cuánto gasta un determinado conjunto de clientes. Las llamadas y los mensajes del celular generan información sobre los hábitos sociales del titular del teléfono. Y al navegar por internet queda registrado qué tipo de contenidos interesan al usuario.

El conjunto de estos registros, procedentes de la actividad de miles y miles de personas, incluso millones, constituye una masa inmensa de información valiosa. Y mediante el adecuado procesamiento matemático de esta información se pueden identificar los hábitos de las personas, que así pueden luego ser agrupadas según los rasgos que comparten. Conociendo los hábitos del conjunto es fácil suponer qué harán sus integrantes y cómo se puede influir sobre ellos.

Tanta es esta información, es

tan valiosa y está tan dispersa que ya hay especialistas en rastrear a gran escala las pistas que cada persona, seguramente sin saberlo, deja registradas en una serie de gigantescos ficheros. Son matemáticos, programadores y expertos en explotación de datos. Hacen lo que se llama minería de datos: con la ayuda de psicólogos, lingüistas y sociólogos excavan montañas de datos para extraer el mineral de la información. Estos especialistas reciben el nombre de numerati. Así los ha bautizado el periodista Stephen Baker, que fuera corresponsal en Argentina, en el libro que sobre ellos publica ahora la editorial Planeta.

Estamos, pues, en una época en que ciertos expertos describen la conducta de las personas basándose en los registros digitales de lo que hacen. La descripción es detallada: qué hacemos, qué compramos, dónde y a qué hora, cómo trabajamos, con quién nos relacionamos. Las técnicas no son nuevas, pero es ahora cuando se aplican a gran escala, y logran el objetivo de cambiar ciertos aspectos de la vida cotidiana como la publicidad que recibimos o la manera como se fiscaliza el trabajo.

La labor de los numerati se hace evidente en la publicidad, que se vuelve más específica y, por tanto,

más eficaz. Pero también resulta útil en campos como la política, la seguridad, el trabajo o la salud. La campaña electoral de Barack Obama, por ejemplo, compró información sobre las inquietudes y los miedos de un numeroso grupo de ciudadanos cuyo denominador común era la indecisión. Analizando esta información pudieron diseñar y emitir mensajes electoralistas más efectivos porque iban dirigidos específicamente a los votantes

No interesa saber quién es quién, sino qué hacen las personas con ciertos aspectos en común

indecisos.

En el ámbito laboral, la minería de datos permite controlar la actividad de los empleados para hacerlos más productivos. En los registros del correo electrónico están grabadas las redes sociales de cada trabajador y hasta se puede detectar qué empleados hay, insatisfechos, en busca de un nuevo empleo. En la red de computadoras de una empresa, cada clic que hace el empleado, cada consulta de una página web, cada mensaje electrónico, toda esa información

pertenece al jefe, que puede acceder a ella. En 2007, el Tribunal Supremo de España dictó sentencia: esta práctica es legal si los empleados están avisados de ello.

Las empresas de telefonía móvil registran información valiosa sobre cada abonado: dónde está, adónde viaja, a quién llama, cuánto gasta. Pueden saber si un cliente concreto es líder de un grupo social o si tiende más bien a quedarse al margen. Hasta pueden detectar clientes descontentos y anticiparse a su desertión con ofertas tentadoras para que renueven su contrato.

La minería de datos tiene un futuro prometedor en la medicina: detectar ciertas correlaciones puede ayudar a diagnosticar y prevenir enfermedades incluso antes de que aparezcan los síntomas. Por tanto, las personas pueden llevar una vida más sana si los datos sobre sus pautas biológicas, anónimos, están abiertos al análisis.

Los numerati pueden sumergirse en un océano de datos en busca de patrones que definan la conducta terrorista. Pero esa conducta es un misterio e incita a formular suposiciones, quizá inciertas, sobre qué constituye un movimiento sospechoso. En cambio, es fácil detectar fraudes en el uso de tarjetas bancarias y en operaciones fiscales. Los movimientos ilegales tienen

patrones característicos que se pueden distinguir de los legítimos y entonces es posible detectarlos y combatirlos rápidamente.

Es difícil quedarse afuera. La vida moderna sólo es posible si se usan los instrumentos que para ella se proponen, y éstos permiten primero el rastreo y después la explotación de grandes conjuntos de datos personales. Estos instrumentos nos hacen la vida más fácil, más cómoda y más segura, pero tienen un precio: perder fracciones de libertad.

Alguien podría cuestionar el que haya tanta información personal circulando. Pero debe tener presente que esta minería de datos, en principio sana y bienintencionada, no amenaza la privacidad porque no busca describir el comportamiento de una persona en concreto, sino que apunta a los conjuntos de personas: averigua cosas sobre las diversas piezas que conforman el mosaico humano de la sociedad.

Será difícil abstraerse de esta realidad, porque muchas personas aceptan que exista esta explotación de datos a cambio de una comodidad y unos beneficios a los que no quieren renunciar.

(\*) Profesor de Información y Documentación de la Universidad de Barcelona, España