Ciencia y TECNOLOGÍA

MUNDO DIGITAL

Internet te vigila

ANTONIO GARCÍA/COLABORACIÓN
Ensenada, B.C.
jagm@cicese.mx

Antes de compartir algo hay que recordar que esa información estará almacenada en computadoras que pertenecen a una empresa, la cual no está bajo nuestro control

En la década de los 90s se hizo muy popular una caricatura donde se veía un perro frente a una computadora diciéndole a otro "en el Internet nadie sabe que eres un perro". En esos tiempos, navegar por Internet era una actividad relativamente anónima, donde se seguían ligas para saltar de página en página. En contraste, hoy en día los proveedores de contenido tratan de romper este anonimato lo más posible, intentando averiguar los gustos, las relaciones sociales y todo lo que se pueda sobre los usuarios.

Las galletas indiscretas

En el inicio, el World Wide Web (WWW), era un sistema donde no existía la noción de "sesión". Es decir, cuando un usuario saltaba de página en página no había manera de llevar un historial de las páginas recorridas y de las acciones llevadas a cabo. Esto por supuesto resultó muy inapropiado para muchas aplicaciones, entre las cuales se encuentra el comercio electrónico.

Para entender esto solamente hay que imaginar una tienda electrónica donde no hay manera de tener un carrito de compras donde ir guardando los elementos que se desean comprar, para finalizar la sesión pagando todos aquellos que se metieron al carrito.

Para resolver este tipo de problemas, en 1994 la empresa Netscape propuso un mecanismo sencillo pero eficiente al que llamó cookies(galletas). En esencia, con las galletas es posible que el servidor de contenidos pueda instalar una pieza de información en la computadora del usuario, la cual se irá actualizando conforme el usuario navegue entre páginas y realice diferentes acciones, siendo posible después que el servidor recupere la pieza de información conteniendo todo el rastro de las acciones del usuario. Al ver las posibilidades brindadas por las galletas, todos los desarrolladores tanto de servidores como de navegadores Web decidieron incluir este mecanismo en sus productos. Tiempo después, las galletas se convirtieron en un estándar avalado por los organismos encargados de regular las especificaciones técnicas en el Internet, tal como el Internet Engineering Task Force (IETF) y el World Wide Web Consortium (W3C).

Las galletas fueron el inicio de una serie de tecnologías que se desarrollaron para permitir nuevas aplicaciones mediante el Web, entre las que destacan el comercio electrónico, las recomendaciones personalizadas, las redes sociales y muchas otras que siguen creándose día con día. Sin embargo, puede haber un precio a pagar por todas estas comodidades y servicios: la creciente pérdida de la privacidad.

Foto: Cortesía

Recomiendan *ser cuidadoso con lo que se comparte vía Internet.*

¿Compartir o no compartir?

Hoy en día estamos acostumbrados a utilizar en forma "gratuita" una gran cantidad de servicios ofrecidos por Internet. Se envían correos electrónicos mediante cuentas de gmail, yahoo u otras compañías que no cobran por el servicio. Facebook permite compartir sin costo fotografías, anécdotas y en general estar en contacto con toda la red de amigos, familiares y conocidos. Youtube no cobra un solo centavo por almacenar y compartir videos. ¿cómo es que estas empresas pueden permitir tener millones de usuarios que no les pagan un solo centavo? La respuesta es simple: no somos sus usuarios, somos su producto. La mayor parte de los ingresos de Google provienen de los anunciantes, los cuales le pagan por el conocimiento que esta empresa tiene sobre los gustos, preferencias, hábitos y otra información que van colectando de quienes usan los servicios de búsqueda, correo y otros. Si alguien navega frecuentemente por sitios que muestran autos de carreras, envía correos con frecuencia a listas especializadas en este tópico y sube fotos del automóvil que está arreglando, será entonces un candidato ideal para que Google le muestre anuncios de distribuidores de autopartes, promotores de eventos y otros que tengan que ver con el tema en cuestión. Entre más conozca Google a quienes usan sus servicios, mejor podrá vender su sistema de anuncios personalizados.

Facebook se encuentra en una situación privilegiada para vender información a sus anunciantes, pues conoce de las personas sus relaciones sociales, sus inclinaciones políticas, sus gustos musicales, sus creencias religiosas, sus preferencias culinarias y mucha otra información que las mismas personas revelan, quizás descuidadamente. Toda la información que estas empresas están colectando puede resultar contraproducente. Por ejemplo, se han reportado casos donde se ha usado información recopilada de Facebook como evidencia en disputas legales. No es difícil entonces imaginar escenarios donde una compañía aseguradora quiera cobrar extra, o no brindar una póliza, a alguna persona que por su perfil en Facebook ha revelado que practica deportes extremos o que ha conducido en estado de ebriedad; algunas empresas podrían negar un empleo por determinar que las tendencias políticas (o sexuales o de otra índole) del potencial empleado podría dañar la imagen corporativa; es posible también el caso de niños que sean discriminados en la escuela o en clubes deportivos, a causa de información no muy halagadora que haya sido encontrada sobre sus padres.

Por lo tanto, se debe ser muy cuidadoso con lo que se comparte vía Internet. Antes de compartir algo hay que recordar que esa información estará almacenada en computadoras que pertenecen a una empresa, la cual no está bajo nuestro control. La famosa caricatura del perro que navegaba en Internet, en la actualidad debería decir algo como: "¿cómo diantres sabe Internet que soy un perro?"