

# La red y los datos de la red deben ser un bien público



Miguel Toro Bonilla es doctor en Ingeniero Industrial por la Universidad de Sevilla y catedrático del Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos de la misma universi-

dad.

Ha desempeñado un papel relevante en la puesta en marcha de los estudios en Informática en la Universidad de Sevilla. Ha desempeñado varios cargos de responsabilidad en la universidad hispalense como subdirector para Informática de la Escuela Universitaria Politécnica, subdirector para Informática de la Escuela Superior de Ingenieros Industriales y vicedecano de Investigación de la Facultad de Informática y Estadística, entre otros.

A nadie se le escapa que vivimos inmersos en una explosión de información sin precedentes en la historia de la humanidad. Las estadísticas revelan que en los últimos años se ha generado el 90% de la información existente hoy en el mundo y esta tendencia crece exponencialmente. Vivimos en una sociedad interconectada donde las redes sociales ponen en contacto a las personas, donde las personas están siempre conectadas a diferentes dispositivos móviles y donde las máquinas han empezado también a conectarse entre sí para intercambiar información.

Estos datos están siendo aprovechados. Las empresas usan los datos para estudiar características del producto que planean sacar al mercado; el precio al que lo quieren colocar o incluso decisiones internas tan sensibles como la política de retribuciones a sus empleados. Obama ganó sus primeras elecciones gracias al desarrollo de un sistema que le permitía monitorizar las redes sociales y adaptar su discurso

según las necesidades individuales de cada localidad que visitaba, sistemas de inteligencia artificial ayudan a profesionales médicos a diagnosticar enfermedades y a detectar epidemias anticipadamente cada día, aplicaciones musicales analizan nuestros gustos para saber que canción nos apetecería escuchar en cada momento.

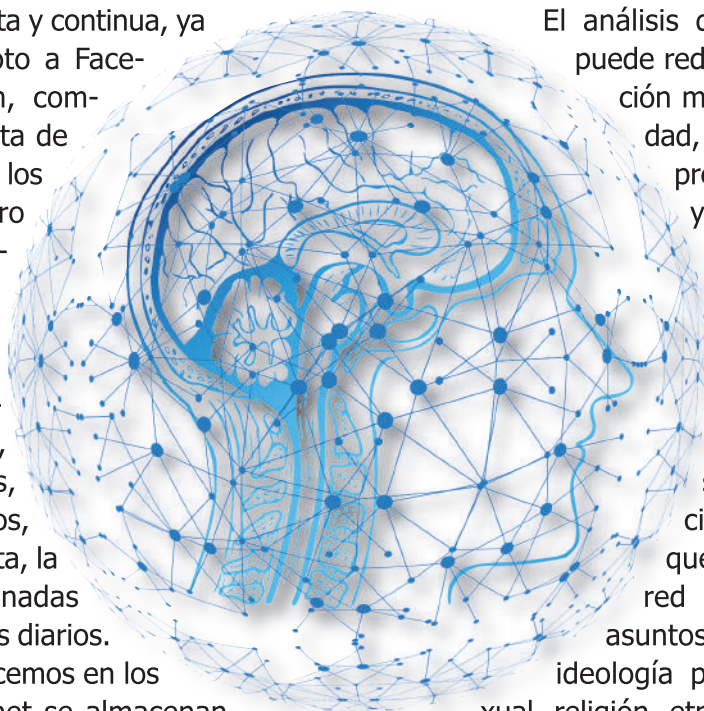
Millones de personas entregan cada día sus datos de forma gratuita y continua, ya sea subiendo una foto a Facebook o a Instagram, comprando con una tarjeta de crédito o pasando por los torniquetes del metro con una tarjeta magnética.

Nuestros teléfonos mantienen en internet nuestra agenda, nuestros contactos, nuestro álbum de fotos, nuestra música favorita, la secuencia de coordenadas de nuestros recorridos diarios. Las consultas que hacemos en los buscadores de internet se almacenan. En unos años habrá 250 millones de coches conectados a internet en el mundo aportando a la red sus datos de posición, su consumo, etc. Se disponen de datos geográficos de alta fidelidad, del tráfico y la red de carreteras, redes de sensores recopilan datos de forma continua el consumo energético de los hogares. La sanidad pública y privada guardan nuestro historial mé-

dico. Los bancos nuestros depósitos y nuestras transacciones bancarias. Es lo que popularmente se conoce como Big Data (datos en gran escala).

Pero lo más importante es que esa ingente cantidad de datos puede ser analizada para obtener información relevante para la toma de decisiones.

El análisis de los datos sanitarios puede reducir el costo de la atención médica y mejorar su calidad, al hacer la atención más preventiva y personalizada y basarla en un seguimiento continuo y extenso de las actividades y síntomas de las personas. Facebook maneja para usos publicitarios datos sensibles del 25% de los ciudadanos europeos, que son etiquetados en la red social en función de asuntos tan privados como su ideología política, orientación sexual, religión, etnia o salud. Con esa información se diseñan anuncios personalizados que están dirigidos a los prejuicios personales de cada uno. Se diseñan anuncios políticos dirigidos a millones de votantes basándose en sus características psicológicas. Las últimas noticias aparecidas sobre el escándalo de la empresa Cambridge Analytica son un ejemplo.





Todos esos datos personales almacenados en la red son una fuente esencial de ingresos para cada vez mayor número de empresas hoy en día, hasta el punto de constituir en algunos casos, y con mucho, su recurso principal de facturación: los casos de Google, Facebook o Amazon, por solo citar tres de ellas, son sobradamente representativos.

Cada vez está más claro que los datos son el petróleo del siglo XXI, pero ¿de quién son esos datos? ¿Quién puede reclamar la propiedad o titularidad de esos datos, cada compañía de su parte o el estado del resultado agregado? ¿Qué derechos tendría la empresa que gestiona la plataforma? ¿Tiene sentido que esos datos sean abiertos para que cualquier tercero los pueda utilizar para desarrollar sus propias aplicaciones en base a los mismos? Si se generan rendimien-

tos económicos, ¿deben revertir total o parcialmente al estado o a los ciudadanos? Las respuestas a estas preguntas son muy importantes para los intereses de los ciudadanos, para profundizar o retroceder en la democracia.

Creemos, como muchas opiniones en el mundo, que internet debe ser un bien público, del mismo modo que deberían ser la electricidad o el agua, y debe mantener la neutralidad de la red. La neutralidad de la red es el principio por el cual los proveedores de servicios de internet y los gobiernos que la regulan deben proporcionar a los usuarios igual acceso a todos los contenidos (legales), independientemente de cuál sea la fuente. Por tanto, todos los datos e información deben suministrarse en el mismo nivel y las compañías de telecomunicaciones no pueden bloquear contenido ni reducir la veloci-

dad de cierto tráfico en internet.

Los últimos cambios legales en los EEUU están yendo en dirección opuesta, se está rompiendo la neutralidad de la red. Esto podría reducir las oportunidades para los innovadores y los ciudadanos que no estén en el núcleo de empresas que pueden controlar la red.

Las búsquedas en la red deben ser neutrales. Una búsqueda en internet es neutral si no discrimina contenidos, y los resultados de las búsquedas son objetivos y ordenados según el interés del usuario. Esto ya no es así y la tendencia es que cada vez lo sea menos. Esto es especialmente importante en el caso de anuncios políticos.

La mayor parte de los datos en la red, especialmente los datos aportados por los ciudadanos deben ser un bien público. Y como tal bien

público esos datos deben ser abiertos para que cualquier ciudadano o empresa los pueda utilizar para desarrollar sus propias aplicaciones en base a los mismos. Si se generan rendimientos económicos con el uso de los datos una parte importante debe revertir a los ciudadanos en forma de impuestos.

La red y los datos en la red, las decisiones que se toman con la red, el uso de los datos en la red es una de las grandes batallas políticas a las que nos enfrentamos. Es una batalla que excede los límites de un estado como España. Es una batalla a nivel mundial. Como mínimo a nivel de la Unión Europea. Debemos exigir a los partidos políticos actuaciones y medidas concretas en este tema.