

RESEÑAS DE LIBROS

BOOK REVIEWS

Carissa Véliz.

Privacy is Power. Why and How You Should Take Back Control of Your Data.

Londres: Bantam Press, 2020. 288 páginas.

ISBN: 9781787634046.

Copyright: © 2021 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución *Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)*.

Privacy is Power es una obra interesante, persuasiva, inteligentemente argumentada y extensamente documentada sobre la utilización de los datos personales y sus consecuencias. El subtítulo, *Cómo y por qué deberías recuperar el control de tus datos*, recoge acertadamente el propósito del libro.

Si bien la profesora Soshana Zuboff (2019) acuñó el término «capitalismo de la vigilancia», el trabajo de la profesora Carissa Véliz es una reflexión política sobre las consecuencias que ya está teniendo esta economía de los datos y una llamada a acabar con ella.

Comienza con una vívida descripción de cómo en las acciones más simples, se recogen datos personales: teléfono, apps, envío de emails, uso de dispositivos de salud, de relojes inteligentes, visita a sitios web y un larguísimo etcétera de sistemas conectados.

Los datos de diversas fuentes son integrados en identidades únicas por los *brokers de datos* con los que se obtienen perfiles o se infieren resultados. Esta información se utiliza para mejorar la publicidad personalizada o deducir otra información personal como rendimiento laboral, tendencias psicológicas o ideas políticas. El objetivo es saber lo que las personas hacen y sienten.

La autora sostiene que la postura de quienes afirman que no tienen nada que esconder es equivocada. Los datos que se pueden extraer de la interacción con los dispositivos podrían, por ejemplo, predecir una

enfermedad, real o no, y llegar antes a la compañía de seguros que al interesado, o revelar un rasgo de personalidad, real o no, que podría afectar a sus posibilidades de acceso a un trabajo.

La autora parte de que el conocimiento es una forma de poder. La recopilación, agregación de datos y elaboración de perfiles proporciona a gobiernos y empresas la capacidad de influir y decidir por las personas, incluso sin su consentimiento. Gigantes tecnológicos como *Google* y *Facebook* no venden datos, venden la capacidad de mostrar publicidad y de predecir comportamientos, que es una forma de poder. Distingue entre *soft power*, como la capacidad de hacer que alguien haga algo que habitualmente no haría, decidir qué es verdad o hacer que las personas hagan cosas en contra de sus intereses; y *hard power* cuando los datos son arrebatados incluso cuando se trata de resistir; por ejemplo, el sistema de crédito social en China, donde escuchar música alta, cruzar la calle indebidamente o hacer trampas en un videojuego, resta puntos y perjudica a los ciudadanos en sus oportunidades vitales.

El argumento central de la obra es la defensa de la democracia liberal. Analizando datos personales se puede influir en la esfera política. La consecuencia es que en la era digital ya no se pueden asegurar elecciones justas y legítimas. La democracia se basa en la igualdad y la autonomía. Los sistemas de análisis basados en datos personales dan pie a la personaliza-

ción, mostrar información y presentar oportunidades distintas a los ciudadanos. Si se trata de forma distinta a cada persona, se genera desconfianza, se polarizan los discursos y se debilita el tejido social.

El libro desarrolla la idea de que los datos personales son una sustancia tóxica como el amianto, un mineral fácil de extraer y útil, pero perjudicial para la salud y muy difícil de eliminar. Los datos personales se pueden recopilar fácilmente, se pueden vender o cambiar por beneficios y usar para predecir el futuro, pero son peligrosos porque son sensibles, muy susceptibles al uso indebido, deseados por muchos y difíciles de mantener seguros. Los datos hacen vulnerables tanto a los interesados como a quienes los almacenan. Pueden envenenar la vida de las personas, de las instituciones y de las sociedades. Por esto, concluye, la privacidad no es solo un problema individual, es colectivo, como el medio ambiente. Si una persona es muy cuidadosa con la contaminación pero su entorno no lo es, sufrirá igualmente las consecuencias.

Para acabar con el uso generalizado de datos la autora propone poner fin a la publicidad personalizada, prohibir el comercio de datos e imponer obligaciones fiduciarias a los gestores de datos (Balkin, 2020). La profesora Véliz considera que ahora la sensibilidad hacia la privacidad es mayor que hace unos años y hace una llamada a «rechazar lo inaceptable», un modelo

de negocio que se basa en violar derechos sistemáticamente y de forma masiva.

La tendencia natural en las sociedades estables es acumular datos, el problema surge cuando esos datos se pueden retener indefinidamente. Antes de la era digital la información se destruía de forma natural por la degradación de los soportes. El olvido tiene una función en la historia y es necesario para una vida saludable. Si las personas recordaran todo sería imposible vivir adecuadamente el presente. La autora sostiene que guardar datos no debería ser la opción por defecto y propone fomentar una cultura personal de selección y eliminación de datos.

Este libro, escrito durante el confinamiento por la pandemia de la COVID-19, también alerta del peligro de ceder en derechos humanos en situaciones de crisis.

REFERENCIAS

Balkin, Jack M. 2020. The Fiduciary Model of Privacy. En: *Harvard Law Review Forum*, 134, 1. Disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3700087>

Zuboff, Shoshana. 2020. *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for the Future at the New Frontier of Power*. Profile books, 2019.

Aniceto Pérez y Madrid

Editor en Actualidad Deep Learning