

# Pensar Juntos

Revista Iberoamericana de Filosofía para Niños

Número 5 | Año 2021

**¿Dueños de nuestros datos, dueños de nuestra libertad?  
Entrevista a Carissa Véliz autora de  
*Privacy Is Power* (Transworld, 2020)**

Owners of our data, owners of our freedom?  
Interview with Carissa Véliz author of  
*Privacy is Power* (Transworld, 2020)

---

Jorge Sánchez-Manjavacas Mellado

Facultad de Filosofía (Universidad de Sevilla)

**¿Dueños de nuestros datos, dueños de nuestra libertad?  
Entrevista a Carissa Véliz autora de  
*Privacy Is Power* (Transworld, 2020)**

Jorge Sánchez-Manjavacas Mellado

**Resumen**

Las sociedades crecen a ritmos vertiginosos y nuestra interacción con nuevas herramientas, como las digitales, nos hacen enfrentarnos a realidades antes desconocidas. El libro que vamos a presentar *Privacy is Power* es un estudio calmado, pero alarmante, de la importancia de conocer, preservar y manejar nuestros propios datos. Por nuestra propiedad libertad, para no perder nuestra privacidad y para garantizar una democracia sana que se enfrente a uno de los retos de este siglo.

**Palabras clave**

Privacidad, internet, libertad, democracia, vigilancia, capitalismo.

**Abstract**

Societies grow at a dizzying rate and our interaction with new tools, such as digital ones, makes us face previously unknown realities. The book we are going to present *Privacy is Power* is a calm but alarming study of the importance of knowing, preserving and managing our own data. For our property freedom, to not lose our privacy and to guarantee a healthy democracy that faces one of the challenges of this century.

**Keywords**

Privacy, internet, freedom, democracy, surveillance, capitalism.

Que los datos que vertemos en internet pueden comprometernos no es ninguna novedad. Hemos conocido por diversos medios de comunicación diferentes personas que han sido acosadas o incluso despedidas de sus empleos por hacer comentarios, chistes o chascarrillos políticamente incorrectos o llenos de odio hacia otras personas o colectivos.

Lo que tal vez nos puede parecer algo nuevo, para algunas personas, es que nuestros datos tienen un precio. No lo que decimos o compartimos, pero sí lo que compramos online o buscamos en diversas páginas web. Lo que se ha venido a llamar la “huella digital” o *digital footprint* es ese rastro que vamos dejando por las páginas que visitamos con las conocidas *cookies*, o el uso que hacemos de nuestros dispositivos inteligentes, desde *smartphones* y relojes digitales *wereables* hasta las nuevas tecnologías que vamos incorporando a nuestro hogar, y que manejamos cómodamente a través de distintas aplicaciones en nuestro teléfono móvil como es la domótica.

El libro que vamos a analizar brevemente se titula *Privacy is Power* (Transworld, 2020), es decir, “la privacidad es poder”. Posteriormente realizaremos una breve entrevista a su autora Carissa Véliz, quien es profesora de filosofía moral y política en la Universidad de Oxford. Sus líneas principales de investigación se centran en la ética digital, con especial énfasis en la IA y la privacidad. Recientemente ha editado *Oxford Handbook of Digital Ethics* (Oxford University Press, 2020).

Su texto aborda, en siete capítulos, diferentes perspectivas y los peligros que corremos de habitar espacios virtuales sin una conciencia clara de nuestra propia privacidad. De hecho, el primer capítulo narra la vida de una persona que podría estar perfectamente basada en un capítulo de la famosísima serie distópica *Black Mirror* (Charlie Brooker, 2011).

En este primer capítulo se narra lo vulnerables que somos en nuestro propio espacio personal, nuestro hogar, y de cómo las empresas detrás de los elementos tecnológicos que habitan nuestras casas pueden ir perfectamente recopilando datos de cómo nos movemos, lo que nos gusta, lo que disfrutamos, nuestras “taras mentales” y también lo que nos aterra y lo que buscamos para protegernos. No ser conscientes de ello nos vuelve sujetos vulnerables ante las prácticas ilegítimas o ilegales de aquellas empresas que quieren sacar provecho económico de esa información y ceden nuestros datos a todo aquel que los requiera para llegar de manera más sencilla a nosotros,

a nuestro email, a nuestras redes sociales o con la publicidad que se nos muestra estratégicamente en muchas páginas o recursos gratuitos. Parece que se confirma esa idea que dice que cuando algo es gratis, tú eres el producto.

Sin embargo, el libro no solo aborda estas prácticas. Atraviesa, además, ejemplos reales de grandes escándalos de empresas digitales como *Cambridge Analytica*, *Facebook* o *Google*. Nos alerta, a los usuarios y ciudadanos, de los peligros que podemos correr si estos datos dejan de pertenecernos, si no somos responsables de ellos y empezamos a “regalarlos” a empresas o a suministrarlos sin ningún tipo de tamiz a los gobiernos.

Nos alerta, pero también nos empodera. *Privacy is Power* es un ejemplo elemental de cómo el conocimiento y la información actual son un arma poderosa. Tal y como Michel Foucault anticipó, el poder produce conocimiento y si el conocimiento es poder, entonces cuanto más conocimiento tengamos de otros, u otras personas tengan de nosotros, más poder nos darán o damos para anticipar los actos de la ciudadanía y los usuarios y poder ser controlados. Pero no solo hasta aquí llega ese poder. Quien tiene el conocimiento de lo que nos gusta o de cómo hacer que algo nos guste, puede decidir qué es lo que importa, qué es lo que marca la agenda política y social, qué no debe hacerse y qué debe quedar oculto para que nadie lo sepa. Tal y como venimos viendo con las denominadas *fakenews*, que tanto abundan las redes sociales y contra las que poco a poco nos armamos, sin conocimiento y sin información fiable somos sujetos vulnerables y maleables.

Huelga decir que existen también usos beneficiosos de la información generada por algunas personas, por ejemplo, con voluntad de dañar a otros. Resulta obvio que la anticipación de ataques terroristas, la prevención de grandes robos por Internet o la denuncia de las estafas de usurpación de identidad de un usuario no solo son útiles, sino que son esenciales para una normal vida democrática. Por lo tanto, esta obra es un espacio ideal para preguntarnos por la utilidad de nuestros datos y lo peligroso que es ofrecer nuestra información sin ejercer el pensamiento crítico o con unas mínimas garantías jurídicas.

No debe perderse de vista que este libro constituye un enorme alegato a favor de nuestra privacidad como ese espacio esencial que no debe ser vulnerado jamás, pero sin que nuestra vida pública y privada se vea comprometida con el acceso a

Internet y demás recursos digitales. Es responsabilidad de la ciudadanía, y también del usuario, conocer las políticas de privacidad que nos ofrecen las empresas; esa información que normalmente pasamos por alta, sin detenernos en ella, pero que en muchos casos supone una cesión de nuestros datos que no sospechamos.

Haz la prueba, toma tu teléfono móvil y mira cuántas de tus aplicaciones piden permiso para acceder a tu ubicación. Ahora, observa cuántas de estas realmente usan tu ubicación para ofrecerte los servicios que solicitas de ellas. Entonces, ¿para qué necesitan estas aplicaciones nuestra ubicación?

No queremos hacer un llamamiento a las teorías de la conspiración, pero tampoco resulta exagerado pensar que compañías como *Google* y otros gigantes tecnológicos buscan tener un control mayor, que nuestra privacidad puede estar comprometida y que, en definitiva, nuestra vida podría parecerse, como se menciona en *Privacy is Power*, a una suerte de *El Show de Truman* (Peter Weir, 1998), donde cada acción pudiera estar medida, anticipada y prevista. Dicho de otra manera, una sociedad que aspira a un *capitalismo de la vigilancia* en la que no solo nos convertimos en el producto, sino que todo nuestro comportamiento en la red puede ser modelado y condicionado, porque ya hemos cedido tanta información sobre nuestro comportamiento que son claras todas nuestras necesidades, nuestros gustos y nuestros disgustos.

Pese a todo lo dicho, aún estamos a tiempo de “tirar del enchufe”, como propone el capítulo 5. Y debemos hacerlo. La economía de nuestros datos ya lleva muchos años abusando de un poder nunca conocido. Si no queremos mirar atrás en 30 años y descubrir con horror que nos han convertido en el producto de un sistema de compraventa de datos, abandonemos aquellas prácticas que pueden vulnerar nuestros datos y dejemos de buscar anuncios personalizados que comprometan nuestra privacidad. Empecemos a entender que la venta de datos es un negocio ilícito y comencemos a exigir una correcta y ética aplicación de los algoritmos utilizados por los gigantes tecnológicos.

Pero todos estos esfuerzos serán en vano si no hay una mejora en los estándares de ciberseguridad. Si los países no se ponen de acuerdo y trabajan conjuntamente para exigir estándares de seguridad online más rigurosos. De lo contrario, nos estaremos metiendo en la boca del lobo.

Aunque este libro todavía no está todavía traducido al español, durante la redacción de esta reseña y entrevista, Carissa Véliz nos ha confirmado que *Privacidad es poder* se publicará en el otoño de 2021 de la mano de la editorial Debate.

**Jorge: ¿Por qué son tan importante nuestros datos en un mundo casi totalmente virtualizado?**

**Carissa Véliz:** Porque los datos son una fuente de poder. Si les damos la mayor parte de nuestros datos a las compañías, acabaremos en una suerte de plutocracia en la que los ricos acabarán escribiendo las reglas de la sociedad. Si les damos demasiados datos a los gobiernos, podemos caer en algún tipo de autoritarismo. Para que una democracia sea fuerte, la ciudadanía debe tener el control sobre los datos, porque la ciudadanía debe tener la mayor parte del poder, y en la era digital quien tiene los datos tiene el poder.

**J. ¿Cómo deberíamos señalar a nuestros niños y jóvenes la importancia de su información personal en las redes sociales?**

110

**C.** Creo que los niños y los jóvenes a veces son más sensatos que los adultos en redes sociales y entienden mejor algunos de los riesgos. Debemos apoyarles y explicarles cuáles son los riesgos, sobre todo los más invisibles. Hay que hablar de estos temas y darles ideas para poder disfrutar del uso mejor de Internet.

Es importante minimizar lo que compartimos en línea. Una técnica que suelen usar algunos adolescentes es compartir cuentas para que las compañías no puedan crear un perfil de ellos como individuos.

**J. ¿Puede la democracia peligrar si no somos conscientes de los datos que publicamos en las redes?**

**C.** Sí. La democracia podría debilitarse si no prohibimos la venta de datos personales. Un ejemplo es el de *Cambridge Analytica*. Esta compañía trató de influir en unas elecciones a través del análisis de los perfiles de los votantes. Lo que les permitió conocer las tendencias psicológicas de los votantes fueron los datos personales. De esta manera, podían saber qué información les afectaría más para cambiar el sentido de su voto. *Cambridge Analytica*, por ejemplo, identificó a 3.5 millones de votantes afroamericanos indecisos a quienes intentaron convencer de no votar.

**J. ¿Qué pasaría si un joven descubre que su familia ha estado publicando fotos e información suya cuando era un bebé? ¿Debería poder pedir un “derecho al olvido”?**

C. Creo que el derecho al olvido puede ser muy importante, en particular para los jóvenes y los niños que han sido expuesto a demasiados riesgos.

Hay un artículo muy interesante de Sonia Bokhari en *Fast Company* que narra la experiencia de una chica de 14 años que nunca había tenido una cuenta en redes sociales. Cuando se abrió una cuenta por primera vez, descubrió que su madre y su hermana habían hecho comentarios y habían compartido fotos e información sobre ella durante años. La chica contó haberse sentido no solamente humillada, sino también traicionada. Esto hay que tenerlo en cuenta porque no podemos tener total certeza de cómo los niños se van a sentir en el futuro cuando vean sus imágenes y datos por redes sociales.

Además, hoy en día los jóvenes están expuestos a todo tipo de discriminación para conseguir un trabajo o para poder entrar en una universidad de prestigio. Es importante que sepan y controlen qué información hay en línea sobre ellos.

**J. En una sociedad en la que se valora tanto a los *followers* y los *likes*, ¿cómo podrían entender las infancias la importancia de tener una esfera privada?**

C. Hay que tener claro que tener una vida privada no necesariamente va en contra de tener *followers* o *likes*. Una persona, por ejemplo, puede tener una página en la que comparte sus pinturas o sus obras artísticas y ser a la vez una persona muy privada con el resto de sus datos personales.

Depender de *followers* y *likes* nos hace muy vulnerables porque son tendencias, gustos que cambian todo el tiempo y a veces no se sigue a la gente que merece ser seguida. A menudo se humilla o persigue a personas que no merecen tener una atención tan negativa. Es importante aprender a cultivar valores, prácticas, aficiones y actividades valiosas que sean más independientes de lo que pueda pensar gente como la que está en *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* o *TikTok*.

Hay que cultivar actividades que estén lejos del ordenador, del teléfono, de las pantallas y los sensores, y aprender desde muy pequeños que hay cosas que nos vienen bien por el tipo de animales que somos y que no se pueden sustituir con la tecnología. Por ejemplo, contacto con la naturaleza, así como tener contacto físico con otros, tener conversaciones íntimas, etc. Cuanto más conscientes seamos del rol que pueden jugar estas actividades positivas en nuestro bienestar, menos vamos a depender de *followers*, *likes* y otro tipo de incentivos que no nos van a hacer necesariamente más felices.

## Bibliografía

Véliz, C. (2020), *Privacy is Power*, London, Transworld.

Bokhari, S. (2019), “I’m 14, and I quit social media after discovering what was posted about me”, *FastCompany*, publicado el 03/18/2019. Disponible en: <https://www.fastcompany.com/90315706/kids-parents-social-media-sharing> (Consultado el 16 de diciembre de 2020)