novática
CEPIS UPGRADE Revista de la Asociación de Técnicos de Informática

Novática, revista fundada en 1975 y decana de la prensa informática española, es el órgano oficial de expresión y formación continua de **ATI** (Asociación de Técnicos de Informática), organización que edita también la revista **REICIS** (Revista Española de Innovación, Calidad e Ingeniería del Software). ***Novática*** edita asimismo **UP**GRADE, revista digital de **CEPIS** (*Council of European Professional Informatics Societies*), en lengua inglesa, y es miembro fundador de **UP**ENET (**UP**GRADE ***E**uropean **NET**work*).

<http://www.ati.es/novatica/>
<http://www.ati.es/reicis/>
<http://www.upgrade-cepis.org/>

ATI es miembro fundador de **CEPIS** (*Council of European Professional Informatics Societies*) y es representante de España en **IFIP** (*International Federation for Information Processing*); tiene un acuerdo de colaboración con **ACM** (*Association for Computing Machinery*), así como acuerdos de vinculación o colaboración con **AdaSpain**, **AI2, ASTIC, RITSI** e **Hispalinux**, junto a la que participa en **ProInnova**.

Coordinación Editorial, Redacción Central y Redacción ATI Madrid
Padilla 66, 3º, dcha., 28006 Madrid
Tlfn.914029391; fax.913093685 <novatica@ati.es>
Composición, Edición y Redacción ATI Valencia
Av. del Reino de Valencia 23, 46005 Valencia
Tlfn./fax 963330392 <secreval@ati.es>
Administración y Redacción ATI Cataluña
Via Laietana 46, ppal. 1ª, 08003 Barcelona
Tlfn.934125235; fax 934127713 <secregen@ati.es>
Redacción ATI Andalucía
Isaac Newton, s/n, Ed. Sadiel,
Isla Cartuja 41092 Sevilla, Tlfn./fax 954460779 <secreand@ati.es>
Redacción ATI Aragón
Lagasca 9, 3-B, 50006 Zaragoza.
Tlfn./fax 976235181 <secreara@ati.es>
Redacción ATI Asturias-Cantabria <gp-astucant@ati.es>
Redacción ATI Castilla-La Mancha <gp-clmancha@ati.es>
Suscripción y Ventas <http://www.ati.es/novatica/interes.html>, ATI Cataluña, ATI Madrid
Publicidad
Padilla 66, 3º, dcha., 28006 Madrid
Tlnf.914029391; fax.913093685 <novatica@ati.es>
Imprenta: Derra S.A., Juan de Austria 66, 08005 Barcelona.
Depósito legal: B 15.154-1975 -- ISSN: 0211-2124; CODEN NOVAEC
Portada: "Gaia gateway" / © Concha Arias Pérez
Diseño: Fernando Agresta / © ATI 2006

Nº 185, enero-febrero 2007, año XXXIII

sumario

Monografía del próximo número: "*Informática para deficientes visuales*"

Foro de Debate
<http://www.ati.es/foros/>

La privacidad de los datos en Internet

En esta monografía se presentan algunas de las técnicas subyacentes a los buscadores del futuro, herramientas enormemente sofisticadas que serán capaces de servirnos información de una manera más inteligente y personalizada. Pero la personalización tiene un precio: no se puede adaptar algo al usuario sin saber mucho de él.

Quizá la única crítica realizada al servicio de correo gratuito Gmail de Google es la utilización de texto de nuestros mensajes para servirnos publicidad personalizada. Desde el momento en que pagamos viendo esa publicidad, el servicio ya no es gratuito. Google insiste en que son programas automáticos los que examinan nuestro correo, cosa que puede ser perfectamente cierta a tenor de las técnicas que se discuten en esta monografía. Pero en cualquier caso, se pone de relevancia que uno de los aspectos más importantes de la invasión de la privacidad es la mercadotecnia, el interés por llegar de una manera más segmentada (personalizada) al público objetivo. Y hay mucho dinero en juego. De hecho, el modelo económico básico de muchos buscadores es el basado en anuncios adaptados a los resultados de nuestras consultas.

¿Qué saben los buscadores de nosotros? En EE.UU. es habitual y se considera legítimo buscar en Google ("*googlear*") información de una persona, o de una empresa. Como usuarios, debemos preocuparnos de qué se hace en Internet con nuestros datos personales, que pueden ser utilizados para proporcionarnos una experiencia de navegación o compra más satisfactoria, o para otros fines menos legítimos. Por ejemplo, el estudiante egipcio de Derecho Abdelkarim Suleimán ha sido condenado a cuatro años de cárcel por infamias contra el Islam y el Presidente de Egipto, en su bitácora ubicada en Blogspot (Blogger). La cadena Al Jazeera sirve versiones diferentes de su página de inicio según el país de origen (IP) de su visitante. Y, ¿cuántas veces ha pedido el gobierno chino a Google y Yahoo! que limiten el acceso a determinadas Webs? De hecho, Google está considerando reducir la información que almacena de sus usuarios para que ningún gobierno se la pueda solicitar. Y los usuarios utilizan crecientemente herramientas como *Anonymous Surfing* o *1st Privacy Tool* para proteger su navegación.

Y no sólo debemos preocuparnos de la privacidad como usuarios, sino también como desarrolladores de aplicaciones. Nuestras aplicaciones no pueden acumular datos del usuario, a no ser que lo hagan respetando la legislación vigente, que en el marco español, es la LOPD. Debemos preguntarnos: ¿Qué datos están protegidos? ¿Qué prácticas de seguridad debemos implantar para garantizar el cumplimento de las normativas procedentes?

En este debate plantearemos no solo el tema del anonimato y la privacidad desde un punto de vista general, sino que se trataremos los siguientes temas específicos:

1. Los limites morales de la privacidad y del anonimato. ¿Una Web autenticada evitaría delitos como el spam y el tráfico de pornografía infantil? ¿O limitaría la libertad de expresión? Por otra parte, ¿es lícito recolectar datos de usuarios para propósitos de marketing? ¿Qué están haciendo las compañías que tiene nuestros datos para protegerlos?

2. Los datos de carácter personal y la LOPD. Las direcciones IP se pueden considerar datos de carácter personal, frenando así importantes iniciativas en la lucha contra el fraude y el correo basura. También pueden frenar la propia investigación en sistemas computacionales más avanzados, o en biomedicina al limitar el acceso a historiales no anonimizados. Y como última hora: las grabaciones de video-vigilancia se consideran datos de carácter personal según la Agencia Española de Protección de Datos. En resumen, ¿qué es un dato personal y qué no lo es? ¿Qué legislación es pertinente? ¿Cómo cumplirla?

3. La educación del usuario. El usuario debe ser consciente de que Internet no es un entorno anónimo, y de que debe proteger sus datos (y en particular su computadora) con herramientas adecuadas (como los cortafuegos, filtros anti-spam, programas anti-espías, etc.). Y además, debe seguir prácticas de seguridad fiables (como vigilar la longitud de sus contraseñas, usar firmas digitales, etc.).

4. Los elementos técnicos y las amenazas. Cada una de nuestras actividades lleva asociada elementos técnicos que deben ser rediseñados pensando en la privacidad. El correo electrónico y las comunicaciones con nuestro banco se pueden encriptar, pero ¿cuántas actividades y dispositivos emergentes pueden invadir nuestra privacidad? Los dispositivos móviles se infectan de virus por invasoras conexiones Bluetooth. Las etiquetas RFID pueden enviar información del usuario a crecientes distancias. Nuevos elementos técnicos implican nuevas amenazas.

LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS EN INTERNET

Participa en nuestro debate a partir del día 7 de Mayo de 2007

Moderado por el editor invitado a esta monografía José María Gómez Hidalgo

http://www.ati.es/foros

Será necesario estar registrado en los foros de ATI y además
solicitar incorporarse al Grupo de Usuarios "Privacidad en Internet".