

A comienzos de octubre de 2014 Facebook adquirió WhatsApp por 19.000 millones de dólares. Muchos se llevaron las manos a la cabeza. Facebook pagaba esa cantidad de dinero por una aplicación móvil que había desarrollado una empresa de 50 empleados. Otros pocos, vislumbraron un movimiento de Facebook por hacerse con la herramienta preferida del usuario en movilidad del futuro. Una herramienta que en febrero de 2016, superó los 1.000 millones de usuarios activos al mes. ¿Qué es lo que vio Facebook en 2014? El creciente uso de las herramientas de mensajería instantánea. Desde 2011, once millones de jóvenes se han ido de Facebook. A comienzos de 2015, ya había más usuarios en herramientas de mensajería instantánea que en redes sociales.

Parecía lógico, entonces, que Facebook empezara en algún momento a sacar réditos económicos de esta operación. Hace unos días, muchos nos acordábamos de todo esto cuando se conoció que WhatsApp había modificado los términos de uso por primera vez en su corta pero intensa historia. Son 18 páginas las que debes leer si quieres conocer todas las modificaciones. Lo más llamativo es que iba a empezar a compartir con el conjunto de nueve empresas del grupo Facebook tu número de móvil y otros datos (ubicación, hábitos de uso de WhatsApp, etc.). Dejaba fuera, al menos de momento, la información de nuestro perfil en WhatsApp (nombre, foto y estado), así como nuestros mensajes y archivos multimedia. Cuando saltó la noticia, muchos pensaron



El cambio digital

POR Alex Rayón

¿Por qué quieren mis datos de WhatsApp?



Varias jóvenes, con el móvil. Foto: DEIA

que esto no tenía vuelta atrás. Sí que lo tiene, dado que podemos desactivar este proceso de cesión de datos. Pero por si se nos olvida desactivarlo, WhatsApp ya lo ha activado. ¿Por qué quiere Facebook mis datos de WhatsApp? Es lo que muchos os estaréis preguntando.

WhatsApp sabe mucho de nosotros. Más de lo que podemos imaginar. Además de los datos que introducimos (nombre, foto de perfil, estado, contactos, etc.), automáticamente recolecta datos de nuestros hábitos de uso o dispositivo de acceso, así como aquellos que terceros le proporcionan (cuando un amigo le da a WhatsApp tu número de teléfono, por ejemplo). Así, acaba conformando un perfil muy preciso sobre nosotros. Por otro lado, el grupo de empresas de Facebook cuenta con aplicaciones como la propia red social, así como servicios de realidad virtual como Oculus o la aplicación para compartir fotografías Instagram, también muy extendido. Todas ellas, con importantes ingresos en concepto de publicidad.

Facebook ha explicado que busca mejorar estos servicios que ofrece a sus usuarios, entre los que se encuentran la publicidad que nos muestra. Cuanto más sepa de nosotros, más eficiente serán los mensajes comerciales que recibimos, pues mejor se adecuarán a nuestras preferencias y deseos. Por ello, es entendible que esté interesado en compartir los datos de su aplicación estrella en lo que a la generación de datos personales se refiere.

Por otro lado, muchos nos preguntamos estos días si pudiera llegar el día en que vié-

ramos Whatsapp también con publicidad de terceros o con canales de mensajería comercial. Citando directamente las reglas que dispone actualmente WhatsApp, encontramos lo siguiente: "No permitimos anuncios banner de terceros en WhatsApp. No es nuestra intención incluirlos, pero si alguna vez lo hacemos, actualizaremos esta política". ¿Cuánto le costaría cambiar esto? Sospecho que no mucho.

Soy consciente que estoy dejando fuera de esta reflexión la ética y el derecho. No eran el objetivo de este artículo, pero no por ello quiero concluir sin citar dos cuestiones. Por un lado, dado el cambio tan considerable que han introducido en sus políticas de privacidad, no me extrañaría que WhatsApp o Facebook acaben investigados por alguna agencia de protección de datos. De hecho, la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) ya ha anunciado que está estudiando los cambios introducidos. Y, por otro lado, WhatsApp ya ha dicho que si alguien quiere alguna disputa legal, les remitirá a las leyes de California. Ni una sola mención al Privacy Shield, el nuevo acuerdo que establece la regulación para la transferencia de datos entre Europa y EE.UU. Preocupante, al menos.

Este cambio de políticas de privacidad coincide con la sanción impuesta a Apple por parte de la Comisión Europea. Uno puede preguntarse si las empresas americanas no deberían comenzar a reflexionar sobre los modelos de operación que despliegan en marcos socioeconómicos diferentes a los suyos. ●

Vodafone Deia Innovation Sariak 2016

gonbidapena • invitación

Deia tiene el placer de invitarle a los **Vodafone Deia Innovation Sariak 2016**. El acto se celebrará el jueves 22 de septiembre a las 20.00h en el Auditorio del Museo Guggenheim de Bilbao.

Se ruega confirmación en el 94 459 91 31.

irailak
22
de septiembre
2016

Deiak atsegin handiz **Vodafone Deia Innovation 2016 Sarietara** gonbidatzen zaitu. Ekitaldia datorren irailaren 22an -ostegun- izango da Bilboko Guggenheim Museoan, arratsaldeko 20.00etan.

Presentzia baieztatzea ezinbestekoa da: 94 459 91 31

Bienvenida. D. **Javier Andrés**, Director General Ed.Iparragirre.
Bienvenida. D. **Juan Antonio Gomara**, Director territorial VODAFONE.
Apertura. D. **Unai Rementería**, Diputado General de Bizkaia.

Ponencia: Comunicación científica sin fronteras
D. **Juan Ignacio Pérez Iglesias**, Catedrático de Fisiología, Director de la Cátedra de Cultura Científica de la UPV/EHU y Rector UPV/EHU del 2004-2008.

Clausura el acto:
D^a. **Estibaliz Hernaez**, Viceconsejera de Tecnología, Innovación y Competitividad.

1. INNOVATION SARIA – SERVICIO A LA CIUDADANIA
2. INNOVATION SARIA – DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURAS Y ENERGÍAS
3. INNOVATION SARIA – DESARROLLO DE SOSTENIBILIDAD
4. INNOVATION SARIA – DESARROLLO EMPRESARIAL
5. INNOVATION SARIA – CIENTÍFICO TECNOLÓGICO