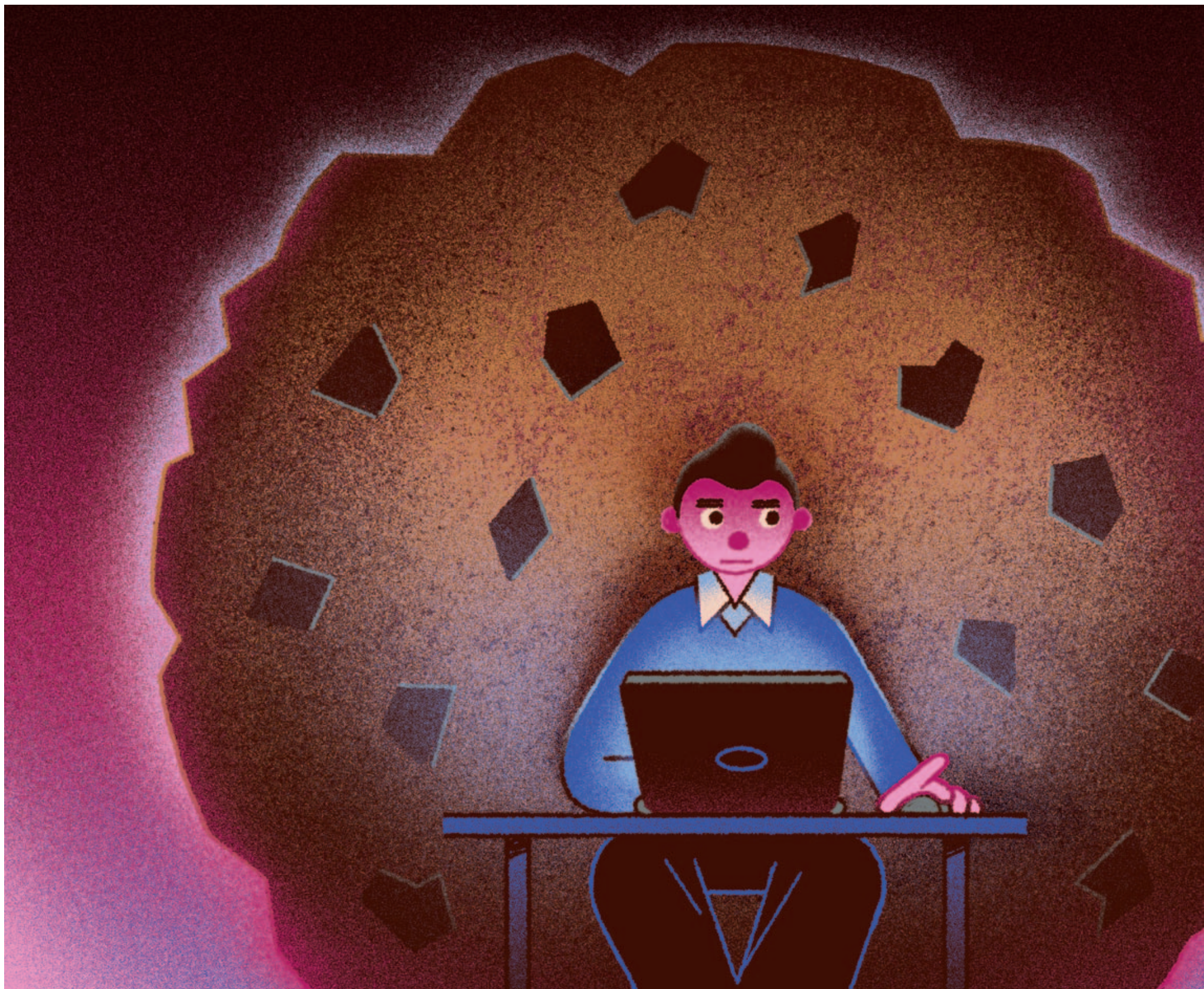


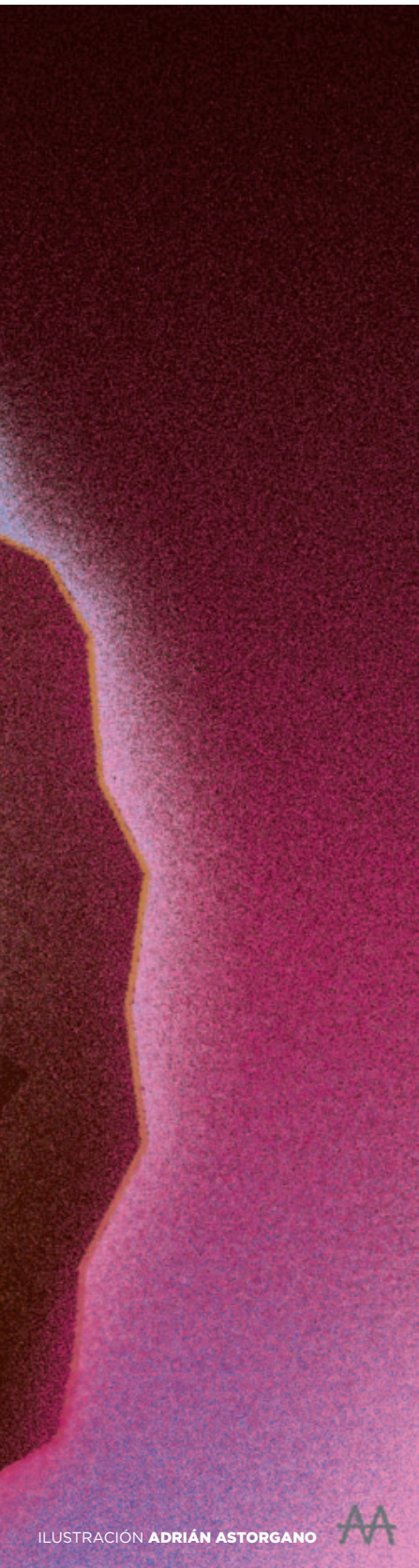


¿Qué pasa si acepto estas 'cookies'? Solemos decir que sí sin pensar: se interponen en la navegación y somos tan ansiosos...

Nos ponemos a navegar, concentrados en una 'misión' —comprar algo, consultar información, pedir comida a domicilio—, pero, de repente, el caminito mental que nos hemos trazado para llegar al objetivo se interrumpe abruptamente. Aparece el aviso de 'cookies' tapando lo que queremos ver, esos recuadros con letra pequeña y un lenguaje muy técnico, advirtiéndolo de cosas que no alcanzamos a comprender del todo. Y nos piden que aceptemos ciertas condiciones. Nos incomodamos un poquito, recelamos..., mmm..., ¡y le damos a la opción de aceptar para no seguir en ese limbo informático! Casi todos lo hacemos: la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) indica que ocho de cada diez personas dan a 'aceptar' sin leer la información. Y eso que más de la mitad tienen (tenemos) la inquietante sospecha de que, debido a este gesto, vamos a ser espiados.

SOLANGE VÁZQUEZ





ILM Forensics. Junto a otros expertos, repasa algunos extractos de 'cookies' reales y las 'descifra' para nosotros. Esto es lo que implican exactamente.

¿Qué es una 'cookie'?

De un tiempo a esta parte, se nos ofrece la opción de personalizar las 'cookies' que nos aparecen. Nos dan a elegir entre varios tipos (esenciales, de terceros...). Da la sensación de que así tenemos más control sobre nuestra privacidad, pero, en realidad, como no sabemos las diferencias entre unas y otras, estamos más liados que antes. «Ponen algo a disposición del usuario, pero sin interés en que aprenda cómo funciona», lamenta Delgado Sotes. De hecho, muchos no saben ni qué es exactamente una 'cookie' (como para conocer los distintos tipos). «Vamos a aclararlo: una 'cookie' es algo de información relacionada con un sitio que has visitado y que guardas en tu propia terminal», informa el perito. Esenciales, de personalización, de análisis, publicitarias, de publicidad comportamental, de complementos, de reproductor multimedia, persistentes, de terceros...

Tu información puede ser procesada en EE UU

¿Y para qué quieren información de mí en Estados Unidos? Cuando leemos esta advertencia, nos creemos en el centro de una trama de espionaje. «Este 'problema' está muy vigente. Según la ley de protección de datos, los datos generados en Europa no pueden viajar fuera de la UE», indica Delgado Sotes. Si se exportan fuera de este marco, pueden llegar a los cuarteles generales de grandes empresas y servidores (Google, Amazon). «De hecho, ahora mismo Facebook ha dicho que, si no le dejan sacar los datos fuera de la UE, cerrará Facebook e Instagram en Europa», apunta el experto. ¿Qué amenaza a lo grande! ¡Menudo órdago! «Sí, se dice que los datos son valiosísimos, el nuevo petróleo. ¿Por qué valen tanto empresas como Facebook? ¡Porque tiene todos nuestros datos, si hasta saben dónde vamos el fin de semana!», recuerda el perito.

Tus datos, en países sin un nivel de protección adecuado

A veces nos advierten en las 'cookies' de que nuestros datos pueden acabar en países fuera de la EEA (Espacio Económico Europeo), donde no hay niveles adecuados de protección. Suena fatal este mensaje, ¿no? Delgado Sotes aclara que no es para tanto: está a la orden del día. «¡Lo hacemos constantemente: cuando compramos, por ejemplo, un teléfono chino y nos damos de alta con una cuenta en sus servidores, nos estamos dando de

No siempre son malas: nos ahorran pasos, personalizan los contenidos...

S. V.

Las 'cookies' no son necesariamente malas y a veces nos hacen la vida más fácil. Así que los expertos aconsejan tratarlas con respeto, pero no con miedo. Ferran Lalueza, profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya, pone ejemplos de algunos casos en los que las 'cookies' nos benefician a los usuarios. «Si dejamos en espera una compra en una tienda en línea y al cabo de unos días queremos volver a recuperar esa compra, pues las 'cookies' nos permitirán encontrar el icono del carrito que nos espera tal como lo hemos dejado y, por lo tanto, no será necesario repetir la operación desde cero. Otro caso: en webs que poseen un contenido visual muy pesado, el hecho de almacenar 'cookies' hace que se carguen más rápido cuando las visitamos por segunda vez», indica.

¿Y qué opinan los expertos del mundo de la publicidad? «Facilitan la vida de los usuarios, ya que, por un lado, hacen que la publicidad que vemos sea relevante para nosotros y, por el otro, ayudan a la

hora de rellenar formularios o guardar preferencias de un sitio web determinado», asegura Diego Alonso, de BBDO&Proximity. Según argumenta, «las 'cookies' en sí no son ni buenas ni malas» y, si ha habido abusos, han sido al margen de la ley. «Las marcas y 'sites' con cierta reputación siguen las normas impuestas por las leyes de protección de datos de cada país», subraya.

«Perseguidos»

Cristina Gordo, de Wavemaker, añade que la publicidad personalizada es el fruto de aceptar las 'cookies': «Como dueña de un gato, es mejor para mí ver anuncios de productos para gatos en lugar de alimentos para perros». Cierro. La mayor pega que ve ella a las 'cookies' es «la desagradable sensación de ser perseguidos en el mundo 'online' por anuncios de baja calidad sobre cosas que compramos hace un mes o que ya hemos decidido no comprar», apunta. A su juicio, «de ahí viene su mala prensa». No del peligro de perder privacidad, sino del hecho de que enturbian nuestra experiencia de navegación.

alta en China, donde la protección de datos no es la misma que en Europa, que cuenta con la legislación más garantista del mundo», señala.

Retirar consentimiento

No estamos vendiendo el alma al diablo cuando aceptamos una 'cookie'. Nuestro consentimiento puede retirarse o limitarse a posteriori. «Desde el primer reglamento de protección de datos se garantizaban los derechos llamados de ARCO (acceso, rectificación, cancelación y oposición), algo que nos permite volver atrás siempre», destaca Delgado Sotes. Ya, ¿y mis datos guardados los borran?, ¿debo fiarme? Si somos muy escépticos, también nos asiste el derecho de acceso y cancelación de nuestros datos. «Puedes escribir al responsable de protección de datos de la empresa, una figura que en

Europa es obligatoria, y comprobar que se ha hecho lo correcto. Si no es así, la empresa se puede enfrentar a una multa hipermillonaria de las agencias de protección de datos», recuerda Delgado Sotes.

Ocho de cada diez personas las aceptan sin leerlas y más de la mitad piensan que «espían» con ellas

'Cookies' de terceros...

«El 'precio' por navegar siempre son tus datos», recalca el experto. Por eso explica que, cuando aceptas las 'cookies' de terceros de una web, tus datos pueden ser cedidos a otros sitios a cambio de dinero o pactos comerciales. De ahí que, cuando cambiamos de sitio, nos aparezcan 'misteriosamente' anuncios de bienes relacionados con nuestras búsquedas anteriores. Parece brujería pero no lo es, es lo que se llama venta cruzada. ¿Esto no es peligroso? «Las 'cookies' en sí mismas no son peligrosas. A diferencia de un virus o el malware, no pueden infectar un ordenador o un móvil. Ahora bien, hay que tener cuidado con las 'cookies' de terceros, ya que algunas se pueden quedar instaladas en nuestro ordenador y, tras un cibertaque, se pueden secuestrar», advierte Diego Alonso, channel integration manager de la agencia de publicidad BBDO&Proximity. ¿Qué consecuencias tendría este secuestro? Podría dejar al descubierto el historial de navegación de una persona, con lo que supone a nivel de privacidad.

Tal y como detalla Cristina Gordo, head of digital de Wavemaker —agencia especialista en marketing y hábitos de consumo—, existen investigaciones que muestran que el 54% de los consumidores siente que le están espiando y el 40% piensa que «esta forma de publicidad es espeluznante». La experta recuerda, no obstante, que la desaparición de las 'cookies' de terceros está prevista para finales del año que viene, algo que, de cumplirse, «conseguirá que esa publicidad ya no pueda perseguirnos allá donde naveguemos y, por tanto, será una victoria para consumidores y anunciantes». «Realmente, nos desafía a todos a volver a esforzarnos por el consumidor, a sumergirnos profundamente en su mundo, su comportamiento y sus intereses. Habrá que empezar a planificar las campañas digitales en función de otro tipo de datos», admite la experta. Claro, perderán un importante 'chivato'.

¿Pueden acceder a información 'comprometida'?

Si damos permiso a esto que no entendemos bien, ¿pueden tener acceso a fotos íntimas o mensajes comprometidos que guardemos en nuestro ordenador o nuestro móvil? «No, no, no... Las 'cookies' solo actúan sobre los datos de navegación y las webs en las que has navegado», tranquiliza. Ahora, si hemos visitado páginas comprometidas (por ejemplo, pornográficas)..., pues las 'cookies' lo registran, claro. De hecho, Delgado Sotes, cuya empresa trabaja en peritaje informático forense, asegura que las 'cookies' son una excelente manera de reconstruir la actividad de un delincuente.

Este modo de actuar obedece a nuestro lado más irracional, ese que no puede esperar para conseguir algo. Y con ello cuentan quienes diseñan este tipo de alertas, claro: el cerebro humano tolera mal la frustración y la espera. ¿Podemos controlar este impulso? Hay que trabajar en ello. Debemos parar unos segundos y mirar bien la configuración de las 'cookies'. «El problema es que, cuando las aceptamos alegremente, no estamos entendiendo lo que quieren de nosotros. Solo pensamos en que deseamos entrar en una página. Así que damos a 'aceptar' y, con nuestro consentimiento, estamos dando cobertura legal a empresas que quieren disponer de nuestros datos», explica Juan José Delgado Sotes, experto en peritaje informático e informática forense de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) y CEO de la empresa