

PORTADA CONSUMO

# Hazte a la idea: nunca podrás recuperar todos tus datos



Cristina Montalvo Madrid  
20/09/2019 17:46h.



Los trámites para recuperar los datos son complejos desde el punto de vista técnico y legal

Varias empresas se han especializado en reclamar a las compañías información sobre sus clientes

Los expertos advierten de que es prácticamente imposible controlar los datos que hemos publicado en internet

Es imposible. Nunca, ni aunque vivieras dos vidas podrías conseguir recuperar el control de todos tus datos. La industria musical dejó de controlar las canciones cuando se inventó el magnetofón y nosotros perdimos el control sobre nuestra

# NIUS

En el momento en el que cuelgas una foto, o compartes información sobre tu vida ya no sabes qué va a pasar con ella. Ha podido ser vista, guardada y utilizada por otros. A algunos los conoces, a otros –ciberdelincuentes- seguramente, no.

Hay dos grandes mentiras en lo referente al uso de nuestros datos, dice Adsuara. Una de ellas es que todos hemos leído y entendido las políticas de privacidad de aplicaciones y webs. Falso. Muchas veces **son deliberadamente confusas para que no comprendamos a quién cedemos nuestra información** o con quién autorizamos a compartirla. La segunda mentira es que estas webs o aplicaciones son gratis: de nuevo, falso. La realidad es que estamos pagando con nuestros datos.

## ¿Cómo los podemos recuperar?

Si quieres intentar recuperar el control de la información que maneja internet sobre ti, el famoso Reglamento General de Protección de Datos (GRDP) impulsa las herramientas para hacerlo. Ahí vieron una oportunidad de negocio Pau Ensenyat y Xavier Pes, fundadores de Reclamadatos. Abogado e ingeniero de telecomunicaciones se conocieron, precisamente, en la adaptación de una empresa a ese reglamento que entró en vigor en mayo de 2018. “Internet significó un cambio exponencial en el tratamiento de nuestros datos y **la Unión Europea vio que había que cambiar las normas**. Antes todo era presencial, dabas tu información, firmabas un papel y eras consciente de lo que hacías. Ahora ocho de cada diez personas declaran no saber cómo gestionar su información personal”, dice Ensenyat.

Estamos acostumbrados a pensar que cuando nos damos de baja en una empresa o servicios nuestros datos desaparecen de allí. “Pero jamás ocurre eso, porque las compañías consideran que son vitales para el negocio”. Por eso es importante poder dirigirse a ellas y preguntar: **¿Qué saben ustedes de mí y cómo han conseguido esa información?** Hacer eso con muchas compañías es una tarea titánica por su complejidad tanto técnica como legal. Así que Reclamadatos nació como una plataforma para gestionar esos trámites de forma más ágil.

El siguiente paso es poder conocer con tu dirección de correo electrónico todas las compañías que te han enviado publicidad y pedirles cuentas sobre cómo han llegado hasta a ti o que dejen de escribirte. No sólo eso en esta *startup*, están estudiando

## Quiero mi parte del pastel

Los datos, infinitos, son la gasolina del siglo XXI para la economía. Su comercialización **generará el próximo año 730.000 millones de euros en Europa**, sin que los usuarios vean ni un solo céntimo. Un “desequilibrio” que quieren corregir desde Mydatamood, una empresa que ha nacido con el objetivo de que el intercambio de datos entre empresas y particulares sea justo. No solo se encargan de reclamar los datos por los internautas, sino que dan respuesta a todos los que exigen un beneficio económico por esa información.

“El 70% de los internautas está preocupados por la información que las compañías tienen sobre ellos. Los que no lo están es porque tienen la falsa percepción de que tiene que ser así o porque no son conscientes de las consecuencias negativas que puede tener”, dice Sabina Guaylupo, abogada experta en protección de datos y fundadora de Mydatamood. Ocurre sobre todo entre los más jóvenes, los nativos digitales. **“Las empresas utilizan ese rastro de nuestra vida online para tomar decisiones** y puede, por ejemplo, decidir en el futuro un acceso a la universidad o la concesión de un crédito”.

### TE RECOMENDAMOS

Detenido un hombre por descuartizar...

| POLÍTICA

Sexto día de movilizaciones en Barcelona contr...

| POLÍTICA

En directo: manifestación independentista...

| POLÍTICA

Laura o el riesgo de llevar una bandera de...

Desde esta compañía ya están pidiendo explicaciones a empresas de telecomunicaciones, bancos y gigantes digitales sobre los datos de clientes. Con **la con la RGDP cualquier empresa tiene la obligación de responder en 30 días**.

“Contestar, contestan, aunque muchas veces sea justo en el último día. Las respuestas son variadas; desde la que ofrece toda la información disponible hasta la que confiesa que no sabe lo que tiene”. Este proceso sirve para obligar a las

# NIUS

autorregularse, pero tampoco se quieren enfrentar a problemas de reputación, transparencia o credibilidad”.

El siguiente paso, explica Guaylupo, es crear una base de datos real, en los que los usuarios decidan qué comparten, con qué empresas, con qué fines y cómo se pueden beneficiar económicamente del intercambio. Por otro lado las empresas contarían con información de mayor calidad porque llega directamente de los dueños. “Ahora hay mucho descontrol. Es un mercado muy opaco en el que se extraen datos de cualquier sitio y se venden casi a granel. Pero si los datos son muy precisos, su valor y su precio aumentaría.”

La venta de datos tiene también detractores. **Si nuestra privacidad es un derecho fundamental a proteger, no se puede comercializar con él.** Ni a cambio de dinero ni de descuentos en las compañías a las que se les vendiera. “Si tu seguro te hace descuento al darles esos datos, el resultado sería que la gente con pocos recursos no podría costearse la privacidad”, dice **David García, investigador sobre Bienestar Emocional en la Sociedad Digital en la Universidad Médica de Viena.**

## ¿Por qué nuestros datos son importantes?

Algunas de las empresas más importantes del mundo viven de nuestra información. Desde Google, hasta Facebook (que también es dueño de WhatsApp e Instagram) pasando por Amazon, basan su modelo de negocio en todo lo que saben de nosotros. Saben lo que vemos, lo que nos gusta, lo que no, a quien seguimos, lo que buscamos, lo que nos preocupa... Toda esa información sirve para ponernos etiquetas. Permite crear un perfil que utilizan para seguir desarrollando aplicaciones y servicios que generen más ingresos.

Pero el rastro que dejamos en nuestra vida online también es un caramelo para las empresas de publicidad. Los datos que ofrecemos, dando nuestro consentimiento en muchas ocasiones (las famosas cookies que nadie se lee), se rentabilizan con anuncios y campañas comerciales. Ellos observan lo que estás buscando y te ofrecen justo lo que saben que vas a comprar.

## ¿Cuánto valen nuestros datos?

# NIUS

datos de sus clientes, entre el número de usuarios mensuales. El resultado da que cada usuario (es decir, sus datos) vale 223 dólares. Precisamente esta compañía en un ataque de sinceridad ha dejado de decir que sus servicios son gratuitos y ahora su mensaje ha cambiado por un “Es fácil y rápido”.

via GIPHY

Claro que no es gratis. Porque ya sabemos, el precio siempre han sido nuestros datos.

## TE PUEDE INTERESAR

---

FaceApp no es la única: 13.923 'apps' recogen tus datos aunque no quieras

Quiero datos. Pago por ellos. Razón: Facebook

Comentar

---

Más noticias de...



NIUS



---

Corporativo

---

Mediaset



NIUS



[Política de privacidad](#)

[Cookies](#)

Copyright © Conecta 5 Telecinco, S. A. 2019. Todos los derechos reservados

By