

Lo que ocultan las «cookies» en internet



Ocho de cada diez permanecen en el dispositivo entre uno y dos años de media, atentando así contra el derecho a la privacidad en la red.

Navegar por la red se ha convertido en un auténtico suplicio. Y es que entrar en una página web obliga a hacer siempre clic en «Aceptar» las famosas «cookies». Nadie se lee esos términos y condiciones. El usuario es, desde luego, el único responsable. Pero lo peor es que ahora sabemos que las «galletas virtuales» nos espían porque permanecen en nuestro dispositivo durante mucho tiempo.

Una vez más, la privacidad en internet regresa al debate gracias a un estudio de la UE en materia de protección de datos que concluye el 70% de las «cookies» rastrean el comportamiento del usuario para ofrecer publicidad personalizada.

Como ya os hemos contado, este código informático, sumado a los movimientos que realiza un usuario a lo largo de su búsquedas en internet y a los datos almacenados en sus perfiles de redes sociales, consigue que se genere una información personal de todos los usuarios para que las empresas lancen la publicidad oportuna a cada usuario. Por ejemplo, si en algún momento has buscado en internet información sobre compra o venta de pisos porque te quieres mudar, ¿no te has dado cuenta que muchas de las publicidades que aparecen cuando navegas son sobre este sector?

DAS Internacional, compañía aseguradora especializada en Protección Jurídica, recuerda que hay «cookies» destinadas a autenticar a usuarios para proteger sus datos evitando usos fraudulentos, y cualquier sitio de comercio online está obligado a instalarlas. Sin embargo, otras van más allá, pues observan el comportamiento de navegación del usuario y ofrecen a las empresas datos de segmentación de clientes para personalizar la publicidad y adaptarla a sus necesidades concretas, incrementando su efectividad. Es lo que se conoce como «publicidad comportamental».

El estudio del Grupo Europeo de Protección de Datos del Artículo 29 versa sobre este segundo tipo y afecta, por tanto, a la privacidad de los usuarios. Este equipo elaboró un informe sobre el uso de «cookies» en las páginas web más visitadas de comercio online, medios de comunicación y del sector público. La conclusión es que se instalan una media de más de 34 «cookies» por cada web, y en su mayoría del tipo persistentes, es decir, que permanecen en nuestro ordenador tras finalizar la sesión.

El informe señala que 8 de cada 10 «cookies» permanecen en el dispositivo entre uno y dos años de media. Por esta razón, Marta Baró, abogada de DAS España, indica: «Como usuarios priorizamos el acceso a la información o al servicio y clicamos los ‘acepto’ sin ser conscientes de sus ventajas y/o inconvenientes. Aconsejamos adoptar una actitud proactiva y revisar la política de cookies de la web antes de aceptarla, y así decidir qué ámbito de nuestra privacidad estamos dispuestos a ceder».

No hay que olvidar que la regulación en política de «cookies» establece que el prestador del servicio está obligado a facilitar al usuario una información clara y completa de su utilización y, para aquellas «cookies» que den acceso a datos personales del usuario, además deben obtener el consentimiento previo.

Ante este panorama, la mejor opción para el usuario es «configurar el modo de navegación privado y borrar el historial después de realizar búsquedas de información», tal y como señala Baró. Además, DAS España aconseja tener en cuenta algunos aspectos antes de aceptar las «cookies»:

- La primera vez que entramos en una web nos debe ofrecer la opción de aceptar las cookies, y la simple inactividad, según indica la AEPD, no debe ser considerada como prestación del consentimiento.
- Si el aviso de la web indica que «seguir navegando será considerado aceptación» y seguimos en la web, esta acción puede ser interpretada como consentimiento y aceptación.
- La página web debe ofrecer al usuario la información de cómo retirar su consentimiento y eliminar las cookies instaladas en su dispositivo.

Fuente: abc.