

Ética en el Uso de los Datos



Ética de los Datos

Definida por Gartner como “un sistema de valores y principios morales relacionados con la recopilación, el uso y el intercambio responsable de datos”, la ética de los datos se preocupa por los problemas morales relacionados con las prácticas de datos que podrían afectar negativamente a las personas individuales.

La ética de los datos se centra en el ciclo de vida de los datos.



Principios del Marco de Ética



TRANSPARENCIA

El público debe poder acceder de un modo fácil y libre a las políticas, las acciones y los procesos de la organización relacionados con los datos, en un formato claro y conciso, para poder entender el modo en que la empresa está usando sus datos personales.



RESPONSABILIDAD

Cada proyecto debe tener mecanismos de gobernanza y supervisión efectivos.



EQUIDAD

Garantiza que el uso que la organización hace de los datos es justo y no discrimina a ningún individuo o grupo social.



Derechos

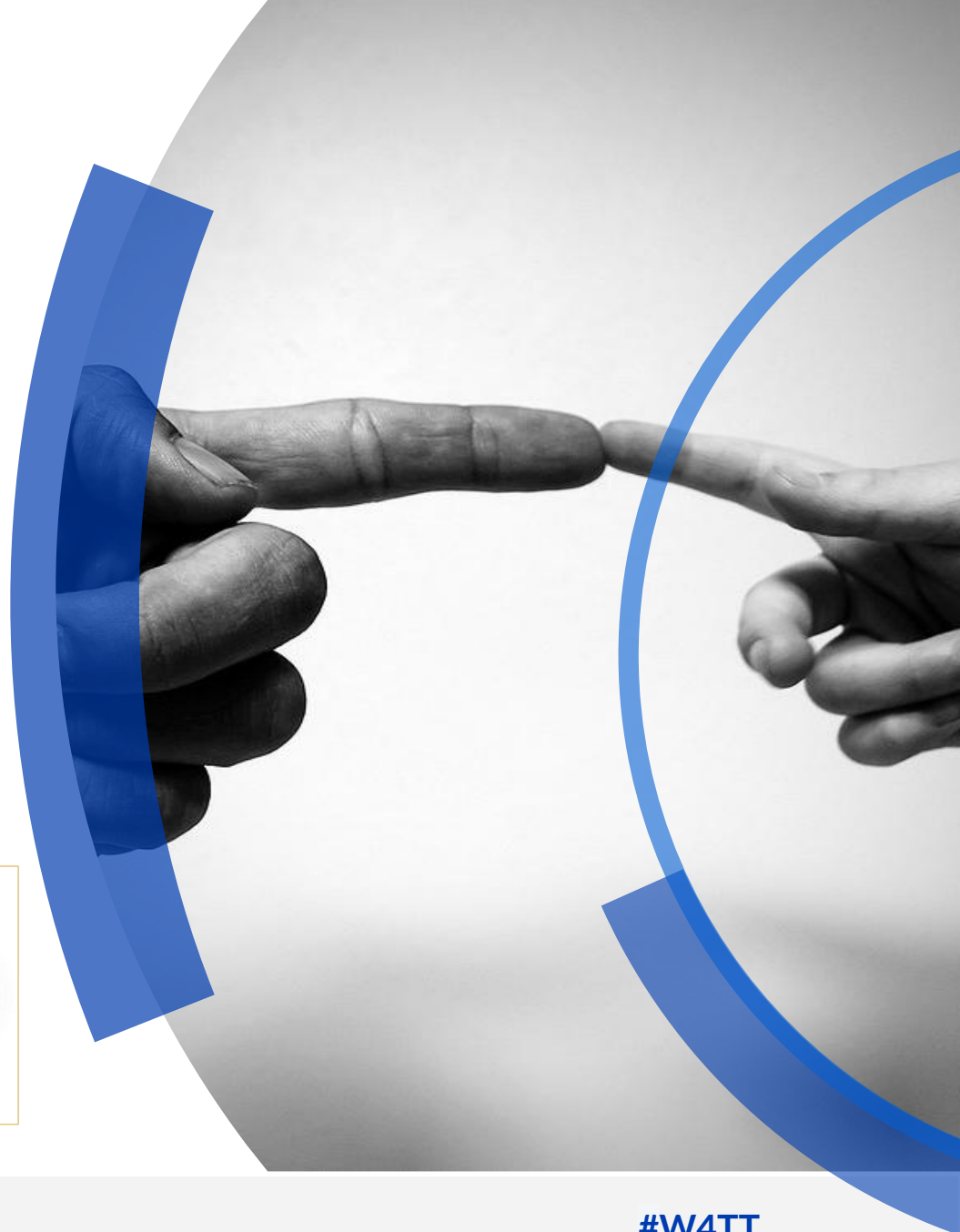
El Habeas Data

- Acción constitucional que puede ejercer cualquier persona incluida en un registro de datos para acceder al mismo y recabar la información que le afecte, así como para solicitar su eliminación o corrección si tal información fuera falsa o estuviera desactualizada.
- Es una garantía constitucional que protege a las personas contra el uso abusivo de información personal, sobre todo cuando esta ha sido obtenida de forma ilícita o fraudulenta.
- En este sentido, el **habeas data** también garantiza a los ciudadanos la preservación de su intimidad, privacidad y honra.

Derechos ARCO



Derechos POL



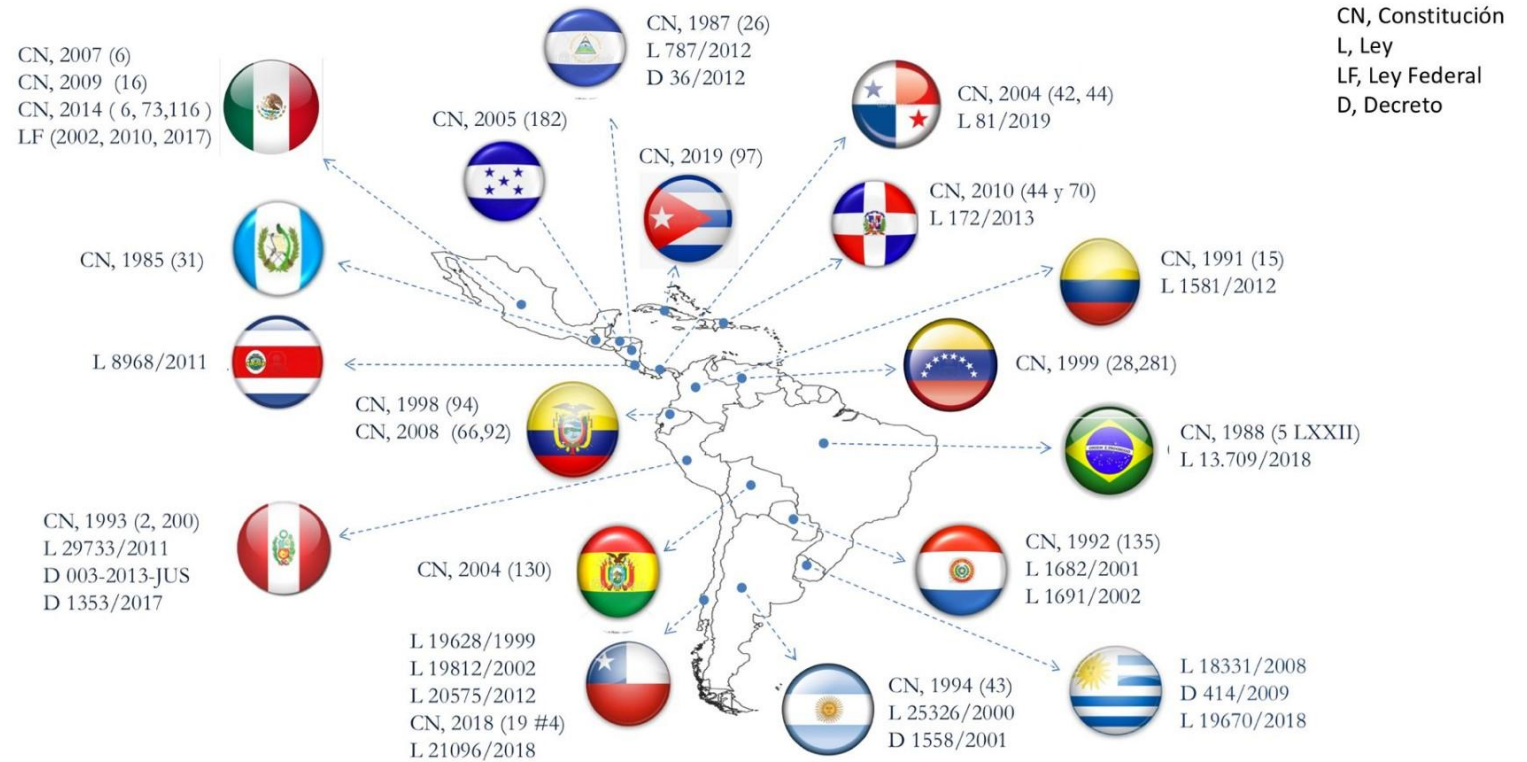
Leyes de Protección de Datos

Tener una política de privacidad es un requerimiento legal en la mayoría de los países alrededor del mundo



PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN LATINOAMÉRICA

Constituciones y normas generales



CN, Constitución
L, Ley
LF, Ley Federal
D, Decreto

** Nelson Remolina Angarita© (2014-2020)



Ética Digital

La ética digital se refiere a los principios y normas morales que guían nuestras acciones en el entorno digital. Aborda las cuestiones éticas relacionadas con el uso de la tecnología, la interacción en línea, la protección de datos y la responsabilidad en el mundo digital.

Se aplica a todas las áreas de nuestra vida que están influenciadas por la tecnología, como las redes sociales, el comercio electrónico, la inteligencia artificial y más.



Desafíos de la ética digital

- Privacidad y protección de datos
- Sesgo algorítmico
- Desinformación y noticias falsas
- Adicción y salud mental
- Inteligencia artificial



Patrones Oscuros

Se definen como aquellas estrategias que desarrollan los sitios web o aplicaciones con el objetivo de mover al usuario a realizar una acción que, en un principio, éste no tenía pensado hacer.

Los **dark patterns** se basan en el engaño, la manipulación o la ocultación de información para llevar al usuario a realizar algo que no tenía en mente, por ejemplo comprar un determinado producto, descargar un programa, darse de alta en un servicio, completar un formulario, etc.



Tipos de Patrones Oscuros

Existen numerosas clases de patrones oscuros. El uso de un tipo de dark patterns no excluye a otros, sino que muchas veces se pueden emplear de manera complementaria.

Enlace de descarga encubiertos

Uso de anuncios publicitarios que ocultan un botón de descarga, cuando el usuario selecciona el anuncio, lo que está haciendo sin saberlo, es descargar un programa o aplicación del sitio

Acciones Furtivas

En este caso el sitio web busca retrasar u ocultar información clave al usuario, al realizar una compra online. Una de las prácticas más habituales es añadir productos no solicitados al carrito de la compra

Opiniones de Clientes Falsas

Este tipo de manipulación se basa en pruebas sociales que no son verídicas. En concreto se busca influir en el comportamiento del consumidor añadiendo opiniones falsas

Fechas límite, cuentas regresivas

Apelan a la urgencia y a la necesidad de adquirir un producto o servicio cuanto antes, ofertas con fecha de caducidad.

Costos ocultos

Añadir cargos adicionales al usuario a la hora de adquirir un producto o servicio, sin informar previamente sobre estos costos extras hasta que el usuario está realizando el pago.

Confirmshamming

Con este patrón oscuro se intenta hacer sentir mal al consumidor, haciéndolo ver que está desaprovechando una oportunidad al no adquirir el producto o servicio. Por ejemplo, mostrando el típico aviso que dice "no deseo obtener descuentos ni ofertas".

Obstruir las salidas

Es uno de los métodos más empleados. Con él se busca que el usuario pase la mayor parte del tiempo posible navegando por la Web y que no busque opciones en otros sitios. Básicamente se trata de sitios web a los que es muy fácil acceder, pero de los que es mucho más complicado darse de baja

Desviar la atención hacia productos más caros

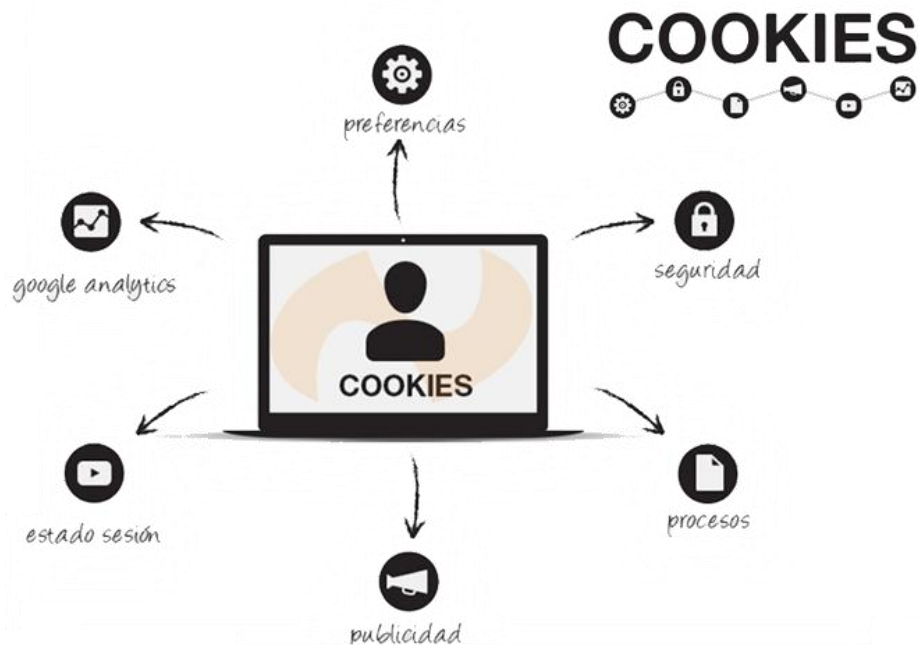
En este caso se busca que el consumidor abandone su idea de la compra inicial para decantarse por productos o servicios más caros

Unidades limitadas

Otra técnica utilizada en los patrones oscuros es el de apelar a la escasez, va unida al epígrafe anterior de la urgencia, ya que se insta al usuario a adquirir cuanto antes determinado producto o servicio, ya que de lo contrario corre el riesgo de agotarse.



Cookies



Las cookies son ficheros de texto que se almacenan en el navegador y que contienen información sobre la actividad del usuario en la web, por ejemplo, las contraseñas que introduce, las páginas que visita, la ubicación desde la que se conecta, etc.

Creadas por **Lou Montulli** en **1994** para **Netscape Communications**.





Cookies: donde mas abundan los dark patterns

← → ↻ dailymail.co.uk/home/index.html ☆ Update

Apps 34 Viscount House COMPLIANCE Yourope VRD LandingPage Convercent (new G... BREWRIGHT » Reading

Privacy Policy | Feedback Follow 20.9M Sunday, Aug 8th 2021 6PM 16°C 9PM 13°C 5-Day Forecast

MailOnline

Home Last updated: 19:11 BST, 8 August 2021

Home News U.S. Sport TV&Showbiz Australia Femail Health Science Money Video Travel Best Buys Discounts

Latest headlines | World News | You Mag | Books | Promos | Rewards | Mail Shop | Property | Motoring | Columnists | Covid-19 Login

DMG Media and its partners process, store and/or access information on a device.

We and our partners process, store and/or access data such as IP address, unique ID and browsing data based on your consent to display personalised ads and content, ad and content measurement, audience insights and product development, use precise geolocation data, and actively scan device characteristics for identification.

Sometimes we and/or our partners don't rely on your consent but rely on legitimate interest to process your data. Click Cookie Settings below to see our partners, why they rely on legitimate interest and how you can object.

Control how your data is used and view more info at any time via the Cookie Settings link in the Privacy Policy.

Cookie Settings Got it

How we personalise your experience

Purposes / Features	Vendors
Vibrant Media Limited	Consent <input type="checkbox"/>
Emerse Sverige AB	Legitimate interest <input checked="" type="checkbox"/> Consent <input type="checkbox"/>
Index Exchange, Inc.	Consent <input type="checkbox"/>
Quantcast International Limited	Legitimate interest <input checked="" type="checkbox"/> Consent <input type="checkbox"/>
BeeswaxIO Corporation	Consent <input type="checkbox"/>
Sovrn Holdings Inc	Consent <input type="checkbox"/>
Adkernel LLC	Legitimate interest <input checked="" type="checkbox"/> Consent <input type="checkbox"/>
Adikteev	Legitimate interest <input checked="" type="checkbox"/> Consent <input type="checkbox"/>
RTB House S.A.	Consent <input type="checkbox"/>
Widespace AB	Consent <input type="checkbox"/>
N Technologies Inc.	Legitimate interest <input checked="" type="checkbox"/> Consent <input type="checkbox"/>
The Trade Desk	Legitimate interest <input checked="" type="checkbox"/> Consent <input type="checkbox"/>
admetrics GmbH	Consent <input type="checkbox"/>

Privacy & Cookies Policy

MailOnline comparte datos con más de 1.000 compañías



Women for Technical Talks W4TT

[W4TT LinkedIn](#)

#W4TT
#anfitrionasw4tt



Hasta el momento existía un vacío legal en cuanto al uso de patrones oscuros. Sin embargo, el Comité Europeo de Protección de Datos ha publicado recientemente Reglamento de Servicios Digitales (Entrada en vigor 17 de febrero 2024) que desde agosto 2023 se viene aplicando en la UE para grandes plataformas web.

Esto significa que dejaremos de ver pestañas que nos preguntan constantemente por una decisión, aunque ya la hayamos rechazado y darnos de baja de un servicio no podrá ser más difícil que contratarlo.



Cansado de la soltería, Daniel decide bajarse 'YouRockMe', una aplicación de citas para litófilos (aquellas personas que tienen atracción por piedras y rocas).

A Daniel se le informa en los términos de uso de 'YouRockMe' que sus datos pueden ser compartidos con terceros, incluyendo su nombre, teléfono, ubicación y género.

Unas semanas después, la madre de Daniel recibe una sorpresa desagradable, al recibir una llamada telefónica que promocionaba un famoso club nocturno de litófilos.



¿Qué está mal con este procesamiento de datos?



fue multado con € 9,6 millones por **1) compartir datos sensibles con terceros sin obtener el consentimiento expreso de los titulares**

Incluyendo orientación sexual y estado de VIH



2) violar el principio de limitación de propósito



3) transmitir información sensible sin encriptar



Women for Technical Talks W4TT

[W4TT LinkedIn](#)

#W4TT
#anfitrionasw4tt

Pivo SRL es una empresa cervecera.

Pivo lanza su aplicación móvil que permite a los usuarios mantenerse al tanto de las últimas tendencias en cervezas artesanales.



La app emplea una tecnología de avanzada que permite acceder al micrófono de los usuarios sólo por 3 minutos al día.



Esta tecnología permite a Pivo detectar que cerveza el usuario está consumiendo en ese momento, ya sea en un bar, restaurant o en su casa, y así mejorar la experiencia del usuario al ofrecer sugerencias personalizadas a sus intereses.



¿Qué está mal con este procesamiento de datos?



LaLiga

fue multada con US\$ 275,000 por utilizar el micrófono del teléfono de los usuarios para detectar si consumían partidos 'piratas'



La app no informaba *adecuadamente* a los usuarios sobre este uso de sus datos

La app no permitía a los usuarios retirar su consentimiento

6. DESTINATARIOS DE CESIONES O TRANSFERENCIAS

No cederemos tus datos a ningún tercero, pero sí existen proveedores que asisten a LaLiga en la

- ☐ He leído y acepto las **Condiciones Legales y la Política de Privacidad de la APP** confirmando que soy mayor de 14 años, y en concreto que LaLiga trate mis datos personales para ofrecerme información relacionada con las competiciones que organiza a través de la App y, en caso de que active la opción para guiarme al estadio mi geoposicionamiento.
- ☐ ¡Protege a tu equipo! Haciendo click aquí, aceptas que LaLiga trate tus datos personales, incluyendo los obtenidos por medio del micrófono de tu dispositivo móvil y el geoposicionamiento, para detectar fraudes en el consumo de fútbol en establecimientos públicos no autorizados.

Aceptar



Women for Technical Talks W4TT

[W4TT LinkedIn](#)

#W4TT
#anfitrionasw4tt



Para impulsar su programa de fidelización, Café Habano lanza su app.

Al momento de registrarse, los usuarios aceptan una política de privacidad. Esta indica que, cuando la app este en uso, su geolocalización será compartida con Café Habano quien les ofrecerá las mejores ofertas según el lugar en el que estén.

Luego de una investigación del diario La Nación, se descubre que el trackeo de geolocalización de los usuarios sucedía siempre que su celular esté encendido, sin importar si la app de Café Habano estaba en uso o no.



¿Qué está mal con este procesamiento de datos?

Tim Hortons



It was not with any amount of reluctance I deleted my **Tim Hortons** app today. I learned the app breached us Canadians **privacy** by tracking what stores we visited, anywhere in the world, **EVEN WHEN OUR APPS WERE NOT ON**. That's about as disgusting as it gets. I'm done with them.

2 4 6

Show this thread

Se determinó que la aplicación utilizaba datos de geolocalización para determinar dónde vivían los usuarios, dónde trabajaban y si estaban de viaje, y generaba un "evento" cuando los consumidores visitaban un competidor

Riesgo de vigilancia masiva

Violación al principio de minimización de datos, al llevar a cabo una recolección indiscriminada y excesiva

No hay base jurídica para el uso de datos de geolocalización

Este caso fue el disparador para reformar la ley de protección de datos canadiense (PIPEDA)



Women for Technical Talks W4TT

[W4TT LinkedIn](#)

#W4TT
#anfitrionasw4tt



José es cliente de MiBanco, el primer banco digital de Argentina.

Al querer entrar en la app de MiBanco, José se encuentra con un formulario que tiene como campos obligatorios a completar su número de teléfono y cuenta de Instagram. MiBanco explica que estos datos son necesarios para reforzar la seguridad de su cuenta, ya que serán medios alternativos para contactarlo en caso su cuenta se encuentre comprometida.

Al no tener otra opción, José acepta.

Al día siguiente José nota que sus redes sociales están plagadas con anuncios de productos financieros de MiBanco.



¿Qué está mal con este procesamiento de datos?



U.S. Federal Trade Commission
multó a Twitter con \$150 millones

De 2013 a 2019 Twitter recopiló los números de teléfono y las direcciones de correo electrónico de más de 140 millones de usuarios, a los que se les pidió esta información para proteger sus cuentas.

Sin embargo, sin que los usuarios lo supieran, la plataforma se benefició permitiendo a los anunciantes utilizar estos datos para dirigirles anuncios.

Engaño sobre cómo la empresa protege sus cuentas y qué hace con los datos de los usuarios

The New York Times

F.T.C. Intensifies Investigation of Twitter's Privacy Practices

The commission is seeking an interview with Elon Musk, who has made major cuts at the company since acquiring it last year.

Give this article



Elon Musk's takeover of Twitter has also drawn scrutiny from the S.E.C. and the European Union. Marlena Simon/Bloomberg

By Kate Conger, Ryan Mac and David McCabe
March 7, 2023



Women for Technical Talks W4TT

[W4TT LinkedIn](#)

#W4TT
#anfitrionasw4tt



Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation

Final Report

- **El 97% de los sitios y apps usan patrones oscuros**
- **La personalización data- driven es más problemática** por la dificultad añadida para identificarlos e investigarlos.
- **Los patrones oscuros distorsionan injustamente las decisiones de los consumidores y algunos son especialmente vulnerables** como las personas mayores o aquellas con menor educación.



Consideraciones en Temas de Ética en el Uso de Datos



Recursos

- <https://www.ibe.org.uk/resource/beyond-law-ethical-culture-and-gdpr.html>
- [El potencial uso de la metodología de DAMA en la gestión de los datos abiertos | datos.gob.es](https://datos.gob.es)
- <https://bauc3m.com/la-etica-en-el-uso-de-datos-responsabilidad-en-la-era-digital/>
- <https://riskandcompliancemagazine.com/data-ethics-and-the-gdpr>
- <https://datumdigitalmarketing.com/noticias/uso-etico-datos-normas-marcos-globales-paises-organizaciones>
- Material Diplomado UCEMA Data Governance. Argentina





¿Alguna pregunta?



¡Muchas gracias!

1 Junio 2024

[W4TT LinkedIn](#)