

## La revolución virtual: “El precio de lo gratuito”

### Resumen

La World Wide Web (WWW) nos acecha a todos los que estamos inmiscuidos en este mundo. La intimidad ya no es intimidad.

La red hace vulnerables a todos nosotros, incluso los gobiernos. En West Point tienen esto claro. Incluso la forma de entender la respuesta y sus riesgos es enseñado en este lugar donde desde hace 200 años se entrenan los hombres que luchan por la soberanía de EE.UU.

La utilización de buscadores y redes sociales es “gratis”. Veremos qué tan gratis es esto. Pues estamos ofreciendo información a través de fotos, vídeos y demás búsquedas o consultas en páginas Web a través de las cookies.

Hace 16 años (tomando en cuenta que el documental es realizado en 2012) en California existe una pizzería que implementó la solicitud de pizzas online. Siendo la primera y pionera en este asunto. Pero el internet fue inventado hace tiempo y con fines militares. Ahora está bastante extendido y hay tráfico de información todo el tiempo.

Amazon abrió el camino de uso de la red con el fin de aumentar la producción de las empresas. En los años 90 las ventas online aumentaron exponencialmente y convirtiendo el internet en la base de sus negocios.

Hay una empresa en especial que aprovechó esto y ahora es conocida mundialmente; **Google**. Se ha convertido en una de las compañías más ricas y poderosas del mundo. Tiene un modelo de negocios donde cada vez que lo utilizamos, le estamos dando dinero. Tiene un monopolio de búsquedas, así de fácil.

Larry Page y Serguéi Brin, dos estudiantes de posgrado en ciencias de la computación de la Universidad de Stanford en California. Idearon este famoso motor de búsqueda, el cual superó a Altavista, el motor de búsqueda famoso de esa época. Pero la publicidad no era lo de ellos, entonces integraron las AdWords: Herramienta que permite adquirir anuncios de costos por clic. Es como una subasta. Así, nos envían

anuncios dependiendo de lo que busquemos, igual pasa con el correo de Google; Gmail.

En la red se utilizan las llamadas “cookies” donde las empresas se enteran de lo que nos interesa a través de lo que buscamos, así nos envían anuncios, pero al mismo tiempo están recibiendo información de nosotros.

Netflix es la nueva sensación en la red, tanto que ya viene preinstalado en los SmartTV. Usan los mismos algoritmos para ofrecernos lo que nos gusta o que va con nuestros intereses.

Estamos contribuyendo activamente a llenar las bases de datos de información sobre nosotros mismos, esto quiere decir que la privacidad ya no es lo que significaba hace algunos años.

En la red es fácil obtener información de la gente. Esto lo hizo un periodista del New York Times, al llegar a una anciana que buscaba en la red que en el ordenador aparecía como una serie de dígitos.

En un futuro, la información dada por nosotros podrá ser utilizada en nuestra contra según la socióloga Sabah Boyd de la Universidad de Harvard. Pero a pesar de ello, seguimos ofreciendo información “gratuitamente”.

La red nos hace inmortales, a través de las interacciones de las redes sociales y búsquedas. Lo único que no tiene la red hasta el momento es nuestra huella digital.