

WSJ

CONTENIDO LICENCIADO POR
 THE WALL STREET JOURNAL

BART ZIEGLER
 The Wall Street Journal

Su auto lo está observando. ¿Qué puede hacer para detenerlo?

Hoy en día, muchos vehículos y sus aplicaciones relacionadas están llenos de funciones de seguridad y utilidad, como mapas digitales, una navegación vinculada a GPS y a internet, arranque remoto y localizadores de vehículos para que encuentre su auto en un estacionamiento atestado. Muchos también tienen micrófonos para el control por voz y algunos tienen cámaras que detectan quién está conduciendo para ajustar cosas como el asiento.

Sin embargo, esas funciones y otras pueden tener un lado oscuro: una serie de ellas puede rastrear a dónde va y cuándo, a qué velocidad conduce y qué tan fuerte frena, dónde estaciona y pasa su tiempo, incluso qué música o podcast escucha. Esa información puede ser una mina de oro para los expertos en marketing y las aseguradoras; y un blanco para los hackers.

Los investigadores de la privacidad observan que los que compran un auto pueden que no se den cuenta de que aceptan que el fabricante automotor recolecte esos datos cuando firman los papeles para un vehículo nuevo o utilizan la aplicación telefónica del fabricante automotor.

Mozilla Foundation, una organización sin fines de lucro que se centra en la tecnología, examinó las prácticas de privacidad de 25 marcas de automóviles. Su conclusión: "Estas son las peores de cualquier categoría (de productos) que hayamos revisado", señala Jen Caltrider, directora del programa Privacy Not Included del grupo. Entre sus descubrimientos está que una mayoría de fabricantes de automóviles recolecta información personal, otorga a los clientes poco control sobre esta y puede que la vendan o compartan con otros.

Los expertos en privacidad dicen que también están preocupados de las disposiciones en las políticas de privacidad de los fabricantes de automóviles que les permiten compartir información del conductor con las autoridades policiales bajo ciertas circunstancias, a veces sin una orden.

El 14 de mayo, la Comisión Federal de Comercio comunicó a los fabricantes de vehículos que estaba examinando sus acciones con respecto a los datos de los au-

Sus datos pueden ser una mina de oro para los expertos en marketing:

Cómo evitar que su auto lo espíe

tos. "Los automóviles son muy parecidos a los teléfonos móviles cuando se trata de revelar la ubicación precisa, persistente de los consumidores", señaló la entidad en un *blog post*. Y agregó que las empresas "no tienen licencia gratis para rentabilizar la información de las personas más allá de los propósitos necesarios para proporcionar su producto o servicio solicitado..."

La respuesta de la industria

La industria automotriz indica que la combinación de monitoreo de datos de los vehículos, el GPS y la comunicación inalámbrica —un campo que se conoce como telemática— proporciona características importantes, algunas de ellas relacionadas con la seguridad. Algunos sistemas pueden detectar cuando ha sufrido un accidente y llamar a los servicios de emergencia, o localizar un auto si lo roban. Pueden ayudar a evitar una congestión vehicular o posibles peligros en la ruta. Los automóviles pueden darle recordatorios de mantenimiento, como cuando un vehículo necesita un cambio de aceite o neumáticos nuevos, y permitir que el fabricante haga un seguimiento de la durabilidad y funcionamiento de ciertos componentes para futuras mejoras.

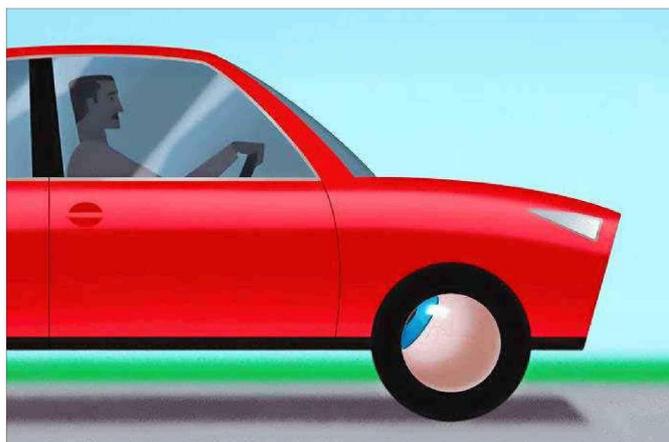
Un grupo comercial de la industria de vehículos emitió en 2014 pautas voluntarias para la recopilación y el uso de datos de automóviles. El grupo, que ahora se llama Alliance for Automotive Innovation, señala que sus miembros deberían dar a los dueños y arrendatarios de automóviles una opción en la "recolección, uso y reparto" de cierta información y que esta información se debería recopilar "solo cuando se necesite para propósitos comerciales legítimos".

No obstante, algunos grupos de privacidad afirman que las pautas voluntarias no son lo suficientemente específicas y que no siempre se siguen.

"Parece una promesa vacía", dice Thorin Klosowski, experto en seguridad y privacidad de la organización sin fines de lucro Electronic Frontier Foundation. "Las empresas automotrices se están convirtiendo en compañías de tecnología. En otras industrias tecnológicas no se ha demostrado que la autorregulación sea una forma confiable de operar para las empresas."

Lo que se necesita, según estos expertos, es una ley federal de

Las nuevas funciones en los automóviles y las aplicaciones telefónicas pueden rastrear a dónde va, cuándo y a qué velocidad; entre otras cosas. A continuación, qué hacer al respecto.



Es posible que los compradores de vehículos no se den cuenta de que aceptaron que el fabricante de automóviles recopile datos.

protección de la privacidad en consonancia con el Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea. La industria automotriz, por su parte, también respalda una ley federal de privacidad, en parte para tener un estándar a nivel nacional puesto que una serie de estados ha adoptado sus propias leyes diferentes.

Una mayoría de fabricantes de automóviles emite sus propias y extensas políticas de privacidad que establecen cómo recopilan y difunden los datos de estos vehículos. Algunas indican que pueden compartir o vender la información a terceros, entre ellos expertos en marketing, si el dueño del auto está de acuerdo con eso.

Entre los seis principales vendedores de vehículos en EE.UU., Ford Motor afirma que los clientes pueden desactivar el reparto de datos y ubicación con la compañía. Y asevera que "no vende ningún dato de vehículos conectados a intermediarios, punto". General Motors precisa que está "fomentando la confianza a través de prácticas de datos responsables, mejores controles de usuario y beneficios claros para los clientes". Toyota indica que ofrece a los clientes "transparencia y opciones" en cómo se recopilan y utilizan los datos del vehículo y que pueden "desactivar toda la transmisión de datos".

Stellantis, propietario de Chrysler, Dodge y Jeep, asegura que cualquier dato que recopila

"está de acuerdo con las leyes de privacidad pertinentes del estado. En consecuencia, Stellantis proporciona a los clientes una forma de excluirse de la recopilación de datos". Honda señala que tiene "muy claro qué recopilamos y cómo nuestros clientes pueden excluirse" y "cuándo podríamos compartir los datos recopilados con terceros". Hyundai declinó hacer algún comentario y remitió a Alliance for Automotive Innovation para obtener una respuesta.

¿Qué está rastreando su auto?

A continuación, consejos de expertos en privacidad sobre cómo descubrir qué datos está recopilando un vehículo y qué se hace con ellos:

Antes de comprar un auto, lea las publicaciones de privacidad en el sitio web del fabricante en busca de las disposiciones relacionadas con qué información recopila la compañía y con qué tipos de grupos puede que la comparta, como profesionales de marketing, policía y aseguradoras. Y consulte la información de Mozilla sobre las prácticas de recopilación de datos de los fabricantes de vehículos.

Mientras finaliza la compra de un auto en la concesionaria, tómese el tiempo para leer la letra chica de los documentos de venta antes de firmarlos. Klosowski,

de Electronic Frontier Foundation, dice que muchos compradores pueden que pasen por alto las indicaciones de privacidad de estos formularios en su apuro por concluir el proceso de venta a veces estresante. Observe, por ejemplo, si el simple hecho de bajar la aplicación del fabricante a su teléfono significa que ha aceptado sus términos de recopilación de datos.

Para un auto que ya tiene o uno que está considerando, consulte sus capacidades de recopilación de datos utilizando el sitio Vehicle Privacy Report, que maneja una compañía llamada Privacy4Cars. Este sitio requiere que introduzca el VIN único del auto, o número de identificación del vehículo, un código que se encuentra en el tablero cerca del lado del parabrisas del conductor. El sitio también proporciona una forma de enviar una solicitud al fabricante del vehículo para excluirse de ciertas funciones de recolección.

Busque en línea el "formulario de solicitud de derechos de privacidad del consumidor" y el nombre del fabricante de automóviles. Esto puede mostrar las instrucciones sobre cómo solicitar los datos que la compañía tiene sobre usted y excluirse de su recolección, aunque Klosowski observa que esto podría solo estar vigente en los estados que tienen leyes de derecho a la privacidad.

Verifique si aquellos que proveen datos, LexisNexis y Verisk, han obtenido información relacionada con el conductor de su auto. Verisk informa que abandonó la práctica a principios de este año pero aún permite que los dueños y arrendatarios de vehículos General Motors, Honda y Hyundai soliciten informes del historial. LexisNexis Risk Solutions indica que los consumidores pueden verificar si tiene datos de comportamiento del conductor sobre ellos visitando <https://consumer.risk.lexisnexis.com/request>.

Cómo limitar la recopilación de datos

A continuación, otras medidas que puede tomar para frenar parte de la información que recolectan los automóviles. Pero no todas son infalibles, y el intercambio puede significar que pierda características del vehículo que muchas personas encuentran útiles.

Pregunte al concesionario si puede excluirse de algunas de las recolecciones de datos del auto y de la aplicación del fabricante. **No utilice las aplicaciones y servicios del vehículo** que están conectados a internet. Esto significa que no tendrá acceso a cosas como el arranque remoto y el cierre y apertura de puertas remoto, a menos que su auto lo controle con un enlace inalámbrico de corto alcance con la llave.

Desactive la función "ubicación precisa" de otras aplicaciones en su teléfono o cierre por completo el rastreo de ubicación de su teléfono. No obstante, esto eliminará o limitará las funciones de navegación y de otro tipo de algunas aplicaciones.

No permita que el sistema de entretenimiento del tablero de su auto esté sincronizado con su teléfono ni que baje su información. La sincronización puede significar que sus mensajes de texto, notas de calendario, registro de llamadas telefónicas, libreta de direcciones y otra información podrán estar almacenados en la memoria del auto y posiblemente podrían ser accesibles para el fabricante y otras personas ajenas.

Evite utilizar CarPlay de Apple o Android Auto de Google, los que pueden recopilar información sobre dónde y cuándo conduce, entre otros datos personales.

Artículo traducido del inglés por "El Mercurio".

