



## NOTA DE PRENSA PRESS RELEASE

### EL DATA TRANSPARENCY LAB OFRECE BECAS PARA PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL USO DE DATOS PERSONALES EN INTERNET

- El Data Transparency Lab (DTL) es un proyecto de la comunidad digital para revelar el flujo y el uso de los datos personales en la Red
- El DTL recompensará a las diez mejores propuestas de investigación académica sobre el uso de datos personales online con hasta 50.000 € cada una.

**Barcelona, 5 de mayo de 2015.-** El Data Transparency Lab, un proyecto de la comunidad digital para revelar el flujo y el uso de los datos personales en la Red, ha lanzado una convocatoria global para ofrecer becas a los diez mejores proyectos de investigación sobre el uso de datos en internet. Cada uno de los proyectos ganadores recibirá una financiación de hasta 50.000 euros.

Las becas ofrecerán financiamiento para investigaciones en campos que deben ayudar a los consumidores a tener mayor control sobre cómo su información es tratada en una web más abierta. Las temáticas deberán estar centradas en el desarrollo de herramientas, plataformas, mediciones y metodologías de ingeniería inversa, para el uso de datos en servicios online (por ejemplo publicidad, servicios de recomendación, precios y disponibilidad de bienes e información); recolección de datos personales para servicios online; análisis/gestión de datos personales para la preservación de la privacidad; o aumentar la conciencia social y de los usuarios.

A través de esta iniciativa, las instituciones participantes buscan también favorecer la sostenibilidad de la economía web por medio de un uso responsable y transparente de la publicidad, el comercio electrónico y la analítica online.

El plazo de presentación de proyectos es el 15 de mayo. Toda la información sobre los temas de la convocatoria, el proceso de revisión y otros datos del Programa de becas se encuentra disponible en: <http://www.datatransparencylab.org/#grants>



## La importancia de la transparencia en internet

Cuando un usuario navega por Internet, muchas veces no es consciente de que está dejando tras de sí todo un rastro de información personal que puede ser explotada por las compañías para personalizar sus ofertas y servicios. Esto, que en parte puede ser positivo para encontrar nuevos productos que nos puedan gustar y ordenar las búsquedas, también implica riesgos y amenazas a la privacidad del usuario.

Éste ve cómo, a través de la información almacenada en sus cookies o a partir de sus hábitos de consumo e incluso del tipo de equipo con que se conecte a la Red o el lugar desde el que acceda a Internet, las empresas pueden alterar la información que se refleja en los primeros resultados (filter bubble), hacer re-targetting del mismo anuncio en varias páginas que le van siguiendo según va navegando, modificar los precios que le muestran o cambiar de forma abusiva sus condiciones de uso.

En ese sentido, no son pocos los casos que han saltado a la opinión pública en los que empresas de relevancia han alterado los precios que mostraban a sus clientes en función de si usaban Mac o Windows, de si se conectaban desde España o desde Argentina e incluso de si ya habían consultado el precio de ese mismo producto con anterioridad o dependiendo de su perfil de búsqueda.

Así pues, en la sociedad se ha ido configurando una preocupación creciente sobre el uso que las grandes compañías hacen de los datos personales de los internautas, un uso que consideran opaco y que forma parte de un “diálogo oculto” entre anunciantes y páginas web en el que el usuario no está presente en ningún momento y del que no tiene clara consciencia sobre el balance entre el valor de sus datos personales y los servicios que recibe.

## Data Transparency Lab

El Data Transparency Lab (<http://www.datatransparencylab.org>) es una comunidad de universidades, empresas e instituciones fundada por Mozilla, Telefónica, el MIT Connection Science y el Open Data Institute. Es el resultado de la colaboración entre universidades, empresas e instituciones para apoyar la investigación de herramientas, datos y metodologías para arrojar luz sobre el uso que los servicios online hacen de los datos personales, y para capacitar a los usuarios para controlar sus datos personales online.

El Data Transparency Lab tiene como principales objetivos desarrollar herramientas, abrir bases de datos a los usuarios y apoyar la investigación (por medio de becas, proyectos de I+D, etc.) en esta área. Telefónica I+D es una de la fundadoras de esta nueva institución, junto al MIT Human Dynamics Lab (dirigido por el prestigioso Alex “Sandy” Pentland), Mozilla, o el Open Data Institute (dirigido por Sir Tim Berners Lee).