



OMAR PÉREZ

ACADÉMICO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE E INVESTIGADOR ISCI

Nuestros datos cerebrales al mercado

A mediados de abril, en Colorado, EEUU, se firmó la primera ley que protege las ondas cerebrales de los consumidores. Los impulsores de esta ley argumentan que era necesaria a la luz de los raudos avances tecnológicos que hacen cada vez más factible –y lucrativa– la venta de datos mentales.

Hasta hace poco, la neurociencia era un campo reservado para expertos en bioquímica, biofísica y biología molecular, pero los avances tecnológicos y de inteligencia artificial han permitido que investigadores de otras áreas exploren los procesos neuronales detrás de nuestras decisiones. Gracias a estas técnicas, por ejemplo, hemos descubierto que ciertas neuronas se activan únicamente al reconocer específicamente caras o palabras. Esto indica que la evolución ha especializado ciertas neuronas en tareas de reconocimiento, esenciales para nuestra supervivencia y reproducción.

Además, los avances en neuroeconomía han revelado que nuestro cerebro tiene áreas especializadas para evaluar el placer que espera obtener del consumo de bienes disponibles. El progreso en machine learning ha hecho posible predecir, basándose en la actividad neuronal previa, la elección futura de productos de un individuo o la cantidad de horas que pasará mirando una serie de televisión por sobre otras. Esto suena revolucionario: con suficientes datos sobre su actividad cerebral en situaciones de elección pasadas, podemos predecir sus decisiones futuras, similar a cómo los algoritmos de redes sociales predicen qué contenido se va a preferir al mostrar un aviso o una noticia.

Existen intensos debates sobre las implicancias morales y legales de usar datos personales de comportamiento en la web para prever acciones futuras. Esto quedó demostrado en el caso de Cambridge Analytica, donde los datos obtenidos de redes sociales se usaron para predecir las preferencias de votación y mostrar avisos que (presuntamente) favorecieron a Trump para las elecciones de 2016.

Ahora imagine las consecuencias de usar nuestros datos cerebrales para predecir nuestras decisiones de consumo o manipular decisiones mediante implantes cerebrales, como el Neuralink de Elon Musk. Sin protección sobre el uso de nuestros datos de actividad cerebral, las empresas podrían utilizarlos para maximizar sus beneficios, vulnerando nuestra privacidad. Por ello, legisladores en Colorado aprobaron una ley que limita el uso de información cerebral para fines no médicos, exigiendo a las empresas de neurotecnología mantener estándares de privacidad similares a los de las redes sociales. California y Minnesota han seguido esta iniciativa.

Dado el abaratamiento de los costos de producción y distribución es posible que estos dispositivos nanotecnológicos aparezcan en Chile para fines no médicos. Es crucial iniciar una discusión sobre el uso de nuestros datos por parte de empresas, para proteger nuestros derechos y asegurar que el uso de nuestra información personal no comprometa nuestra privacidad como consumidores.

“Es crucial iniciar una discusión sobre el uso de nuestros datos cerebrales por parte de empresas, para proteger nuestros derechos”.