



¿Cómo se debe enfocar la geolocalización en el móvil: como un peligro o como una utilidad? Muchas empresas se han visto obligadas a modificar los ajustes de localización en los teléfonos y dar la opción a los usuarios a que la desactiven. **Pero, sin estos datos, difícilmente muchas de las empresas serían capaces de dar un buen servicio.**

Desde Facebook a Google, en un momento u otro,...

se les ha acusado de almacenar datos privados para usarlos en su propio interés. **La última compañía fue Apple que, según descubrieron investigadores británicos, guardaba en sus iPhone información sobre las rutas y ubicaciones del usuario por un tiempo demasiado largo.**

Apple, Microsoft, Google... Nadie se libra

El año pasado un grupo de investigadores y analistas tecnológicos británicos **acusó a Apple de guardar durante un tiempo excesivo (según la ley no puede ser superior a un mes) datos de la localización de los usuarios de los iPhone y las rutas que siguen. Al parecer, la intención era guardarlos en un archivo oculto del teléfono llamado "consolidated.db", que luego se traspasa al ordenador, al conectar el teléfono con este o vía iCloud, y de ahí al programa que lo controla, iTunes, que a su vez lo enviaría a Apple. La compañía negó en abril de 2011 que la información fuera cierta, pero al final acabó por reconocer que esta operación se desarrollaba así. No obstante, aseguró que la idea no era sacar partido económico de los datos privados ni venderlos a terceros.**

El GPS dota al móvil de numerosas virtudes y posibilidades como herramienta comercial e

informativa, y para ello necesita información sobre la posición. Por otro lado, los investigadores pusieron en evidencia que el tipo de archivo que guardaba esos datos tiene un nivel de seguridad muy bajo al no usar ningún modelo de cifrado de la información. **Apple lanzó una nueva actualización del sistema operativo iOS, la 4.3.3, que solucionaba este problema, al reducir el tiempo de almacenado de los datos y usar un protocolo de cifrado de la información geolocalizada del usuario.**

Esta nueva actualización permitía que el dueño de un iPhone pudiera bloquear la información geolocalizada sobre él, con solo desactivar en el apartado de "Ajustes" el subapartado de "Localización".

Otras compañías que han reconocido usar o almacenar los datos de localización son Google (que sustenta el sistema operativo Android) y Microsoft, con Windows Phone. Esta última empresa ha confesado que recoge los datos de forma personal, lo que puede implicar que tenga que sentarse en el banquillo de los acusados en Estados Unidos. De momento, ni Google ni Microsoft han anunciado medidas para suspender esta actividad. Ambos han tenido en el pasado problemas con la recopilación de datos privados sin que el usuario hubiera facilitado su permiso.

En el caso de Microsoft, fue su sistema Microsoft Passport, que centralizaba la información de las claves de acceso a los servicios del usuario en los servidores de la compañía. Frente a este modelo se impuso el sistema OpenID.

Para Google, la polémica llegó con la acusación en 2010 de recopilar los datos de las redes wifi de particulares, al elaborar su sistema de mapas Street View. La empresa tuvo que responder a demandas en varios países e, incluso, retirarse de algunos de ellos, como Alemania.

¿Es peligroso?

Las numerosas asociaciones a favor de regular el uso que las empresas tecnológicas hacen de los datos privados, han destacado el **evidente peligro de que estos datos caigan en manos de ciberdelincuentes o gobiernos que no respetan los derechos individuales ni humanos**

y hasta de organizaciones terroristas

. La información

íntima geolocalizada es demasiado sensible como para moverse por la Red sin cifrado y sin permiso del usuario, según destacan.

Lo cierto es que los móviles, con GPS o sin él, pueden rastrearse con facilidad por grupos equipados, como la policía, las organizaciones sofisticadas o los servicios secretos. Importantes analistas han destacado los peligros para la intimidad cuando se depende demasiado del móvil.

Sin embargo, el GPS dota al móvil de numerosas virtudes y posibilidades como herramienta comercial e informativa. Un móvil con geolocalización activada permite que podamos consultar según nuestra posición la ubicación de un servicio cercano, un restaurante atractivo y recomendado por otros usuarios o la ruta más corta para llegar a una determinada calle. También posibilita ver imágenes de lugares concretos, e incluso, en el futuro se recibirán ofertas de servicios según dónde estemos ubicados.

Todas estas funciones las prestan servicios y plataformas que optimizan el uso del GPS, por lo que necesitan que tanto el iPhone como los teléfonos que funcionan con Android, WP7 o cualquier otro sistema operativo tengan activada la función de "Localización".

Los expertos opinan respecto a la polémica con Apple que todo servicio debe contar con la aprobación del usuario y que, en realidad, muchas aplicaciones del iPhone le piden permiso para activar el GPS y recopilar sus datos antes de iniciar la sesión. Al final, son los usuarios quienes deciden si quieren revelar esos datos o no, o así debería ser, y han de ser conscientes de que no permitirlo limita las utilidades del teléfono.

Servicios que usan la geolocalización

Foursquare. En esta red social de gran éxito, casi exclusiva para el móvil, se recomiendan sitios y negocios y se fija su posición en un mapa al que tienen acceso los demás miembros. Si se tiene activado el posicionamiento y se viaja por una ciudad, se reciben sugerencias según el lugar donde se esté.

Google Maps. Los mapas de Google para los móviles son muy útiles en combinación con el

GPS, pero sin la posición del usuario no pueden indicar el modo de llegar a un determinado lugar.

Google Latitude. Es un intento de Google, con poco éxito, por hacer una red similar a Foursquare.

Facebook Lugares. La competencia de Foursquare que ha lanzado Facebook en Estados Unidos da ofertas de locales y servicios en función de la posición en el mapa.

Instagram. Consiste en una red de fotografías instantáneas que cobran mayor valor si están geoposicionadas.

Thropons. Este servicio de grupos de compra es incipiente en Estados Unidos y ofrece sus bonos en el móvil según la ubicación del usuario.

Fuente: <http://www.20minutos.es/tecnologia>