



ENTREVISTA

Rafael Fernández Campos

“ES PREFERIBLE MEDIR LA ÉTICA DE MANERA IMPERFECTA, ANTES QUE NO MEDIRLA”

Eres Presidente del Club Chief Data Officer de España y Latinoamérica. En tu opinión, ¿cómo pueden ayudar las asociaciones profesionales a lograr una mejor gestión de los datos en la sociedad, limitando el abuso que de los datos personales realizan determinadas compañías?

Como sociedad, somos novatos digitales. De hecho, podríamos decir que estamos en la etapa de “enamoramiento” de las plataformas digitales: nos fascinan las prestaciones que nos ofrecen, nos parecen magia las posibilidades que se abren ante nuestros ojos, estamos enganchados a su uso y nos parece mentira haber podido vivir toda la vida sin estas herramientas.

Sin embargo, no tardaremos en percatarnos de que no es oro todo lo que reluce. Estamos dando información sobre nosotros mismos, en muchos casos sin ningún tipo de control, y el uso que de la misma se realiza no es transpa-

rente para nosotros y, en ocasiones, puede incluso jugar en nuestra contra.

Para garantizar ese respeto por la información de carácter personal no basta con dictar leyes. Una ayuda fundamental para los profesionales que nos dedicamos a los datos es la de disponer de una serie de principios rectores de nuestro comportamiento, a modo de ejemplo moral ideal. Asimismo, necesitamos contar con una caja de herramientas para gestionar los conflictos éticos de manera óptima.

Cubrir ambas necesidades es mucho más sencillo si existen grupos profesionales que, sobre la base de unos principios éticos sólidos, difundan las mejores prácticas para todos los profesionales implicados en la gestión de los datos. Lógicamente, a partir de ahí entran en juego los valores de cada uno, para bien o para mal, ya que *quod natura non dat, Helmantica non praestat*.

En este número de la Revista Índice desarrollamos indicadores de la responsabilidad, tanto personales como de sociedades y poderes públicos. En el caso de la responsabilidad social de empresas y Estado, nos interesa mucho el cuidado de la información procedente de los particulares, el secreto estadístico en el manejo de los datos de los ciudadanos, el respeto, en definitiva, de la libertad y dignidad de la persona. Imagino que tienes una propuesta que afecta al uso responsable de la información por parte de empresas privadas y poderes públicos.

Veamos los tres ámbitos implicados: Por una parte, estamos los usuarios digitales, suministrando información sobre nosotros mismos cada día, constantemente. Esto no es malo o bueno en sí mismo, es simplemente una consecuencia de la expansión de las aplicaciones que la digitalización nos ofrece a las personas. Realmente nos concede unos superpoderes de los que antes no disponíamos: seguir el camino más corto a un lugar, conocer el tiempo que hará dentro de una semana, encontrar ocio que se ajusta a nuestros gustos, etc.

Por otro lado, las plataformas digitales capturan y almacenan dicha información y tratan de rentabilizarla para generar el máximo valor para sus accionistas, a través de una mejor experiencia de uso para sus clientes.

En otro ámbito están los poderes públicos, que deben garantizar un determinado nivel de justicia en estas situaciones de amplia asimetría de información entre plataformas y particulares.

Teniendo en cuenta estos tres intervinientes, podemos deducir que la soberanía del dato personal solo podrá lograrse con la conjunción de esfuerzos y cesiones de los tres intervinientes: los ciudadanos deben ser conscientes de toda la información que ceden, las empresas deben comprender que los datos no les pertenecen a ellas, sino a los usuarios, y los poderes públicos deben regular esos mecanismos para equilibrar el lícito objetivo de mejora del beneficio con el derecho a la privacidad y equidad de sus ciudadanos.

¿Cómo se evalúa y monitoriza un manejo ético de los datos?

Aunque la Ética sea una disciplina poco proclive a ser reducida a cifras, lo cierto es que los responsables de las empresas necesitan aterrizar los conceptos para poder gestionarlos.

Tal como decía Lord Kelvin: lo que no se define no se puede medir. Lo que no se mide, no se puede mejorar. Y lo que no se mejora, se degrada siempre.

Pero entonces la pregunta sería: ¿existe un indicador del grado de ética de una organización? Realmente no existe, pero al menos debemos dotarnos de indicadores aproximados para medir nuestra cercanía al modelo ético deseado. Esto es: si pudiéramos dotarnos de unos principios éticos generales, inventariar los dilemas éticos a los que nos enfrentamos, así como idear aquellos comportamientos que nos alejan de dichos principios en cada dilema, entonces estaríamos cimentando el camino hacia una estrategia del uso ético de los datos.

Podríamos resumir todo esto diciendo que es preferible medir la ética de forma imperfecta, antes que no medirla y no saber si somos más o menos éticos de lo que pretendíamos.

En tus libros planteas el dato como activo personal que pueden y deben rescatar los ciudadanos. Esto es fácil de declarar, pero algo más complejo de gestionar para el particular. ¿Cómo se puede recuperar la soberanía del dato personal?

Uno de los grandes principios de la Ética de los Datos es que los usuarios deben tener control absoluto sobre sus datos personales. Esta soberanía, a pesar de constituir un derecho de la persona, hay que asegurarla

Este control sobre los datos personales no significa que no los cedamos para su uso, sino que tengamos la facultad de decidir cuándo y cómo cederlos, a quién y para qué usos, así como la posibilidad de rectificar esos consentimientos en el momento en que lo decidamos.

Pongamos un ejemplo. Imaginemos que queremos que Google Maps nos guíe por el camino más corto entre el punto A y el B. Ló-

gicamente para hacer eso debemos cederle la información sobre nuestra ubicación en cada momento. Pues bien, quizá nuestra disposición a ceder esos datos sea diferente si sabemos que esa información va a ser utilizada para ofrecernos lugares de comida rápida cercanos, o más bien para que nuestra compañía de seguros tenga información sobre nuestro modo de conducir. Si dichos usos son transparentes, podremos decidir sobre la cesión, es decir, seremos soberanos sobre nuestros propios datos.

La vida es una aventura brillante, polícroma e intensa al borde mismo de la muerte. Y tú la vives, además, con acordes y rimas. Como poeta y músico que eres, te he oído postular que la poesía transforma la percepción subjetiva de la realidad; me concederás que toda actividad humana que aspire a crear arte está sometida a la heterónoma verdad de la belleza. ¿Ocurre lo mismo con el dato? ¿Responden los datos a preguntas sesgadas o finalmente muestran la verdad que no se construye, sino que se descubre?

Los datos contienen los mismos sesgos y prejuicios que contiene la realidad, pues no son más que una representación de la realidad misma.

A partir de ahí, las matemáticas nos capacitan para tomar decisiones sobre si queremos perpetuar dichos prejuicios o queremos ponerles una solución, equilibrando la balanza de la equidad.

Sin embargo, para ello debemos disponer de los razonamientos morales adecuados. Sin armas morales, los profesionales iniciamos un camino sin brújula.

En el uso de los datos, la matemática puede hacer mucho por la moral, dando solución práctica a conflictos éticos difíciles de detectar. Por su parte, la moral puede y debe guiar a la matemática, previniendo los efectos de esta sobre las erosiones del bien común.

Para ello, no obstante, como decía Einstein, la clave está en ser capaces de formularnos las preguntas adecuadas.

Por poner un ejemplo, ¿qué es más lícito?: ¿cobrar una prima inferior a mujeres en un seguro de autos?, ¿cobrar una prima mayor a ancianos en un seguro de salud?, ¿cobrar una prima mayor en un seguro de desempleo a ciudadanos de un determinado país?

Este tipo de cuestiones nos sitúa frente al gran dilema de las compañías: ¿cuido por mi negocio o cuido por mi ética?, ¿cómo compatibilizar ambos objetivos?

Un primer paso será unir los mundos de la moral y de la matemática, única forma de equilibrar un conflicto que, a día de hoy, favorece claramente al oligopolio digital. ●

RAFAEL FERNÁNDEZ CAMPOS

Doctor cum-laude en Economía y Hacienda Pública por la Universidad Autónoma de Madrid y licenciado en Administración de Empresas por la misma universidad. Máster en Dirección de Entidades Financieras por la Univ. Francisco de Vitoria y Certificado en Gobierno y Estrategia del Dato por IE Executive Education.

Chief Data Officer de Bankia entre 2015 y 2021, actualmente es Director de Estrategia Informacional y Reporting Regulatorio de CaixaBank.

Desde el año 2019 ocupa el cargo de Presidente del Club de CDOs de España & Latam.

Es co-autor del libro El Valor del Dato (2020) (www.valordeldato.es), donde los autores proponen una metodología para valorar el impacto de la gestión de datos en el valor de una compañía.

Tiene experiencia de más de 25 años en Banca, como Director Financiero y Director de Control de Gestión, es decir, siempre vinculado a la información y al dato.

Desde un punto de vista académico, es Profesor en la Escuela de Finanzas Aplicadas, Coordinador Académico de la Certificación en Gobierno y Estrategia del Dato de IE Executive Education, además de profesor en otras escuelas de negocio, conferenciante, articulista y escritor.

Asimismo, es miembro del Consejo Asesor de la Revista Índice y de la Revista de Actuarios de España, así como miembro del Consejo Académico de Ethosfera y miembro del Consejo Asesor de Alumni de la Universidad Autónoma de Madrid.