
La huella digital y la protección de datos: su impacto en las culturas de alto contexto y alto control de incertidumbre en Latinoamérica

The digital footprint and data protection: Their impact in high context and high uncertainty avoidance cultures in Latin America

Elizabeth Quirós-García

Sede Regional de Guanacaste
Universidad de Costa Rica
Liberia, Guanacaste, Costa Rica
elizabeth.quirós@ucr.ac.cr

RESUMEN: La economía digital de la sociedad del siglo XXI ha enfrentado a la humanidad con una civilización en la que comunicar y transmitir información se realiza por medio de dispositivos tecnológicos. Los sujetos que hacen uso de la red mundial en dispositivos móviles y en sus computadoras, dejan su huella digital, la cual es un rastro de datos, por ejemplo, la información compartida, las búsquedas realizadas, los correos electrónicos enviados y las aplicaciones descargadas en sus *gadgets*. Por estas razones, la investigación explora a fondo el posible impacto que produciría la huella digital en las culturas de alto contexto y alto control de incertidumbre. Se determinan los conceptos de huella digital y cultura, además, la yuxtaposición entre la clasificación de culturas de Edward T. Hall (alto contexto) y de Geert Hofstede (alto control de incertidumbre). Asimismo, se presenta la principal normativa que busca proteger los datos de los costarricenses y extranjeros radicados en el país. Finalmente, se reflexiona sobre el control que deben ejercer las instituciones estatales, dentro de un Estado de derecho, para garantizar a la población la protección de su información, además, deben aplicar modelos educativos que permitan a los habitantes de la nación conocer el posible uso que terceros pueden hacer de sus datos.

PALABRAS CLAVE: Red mundial, cultura, huella digital, datos

ABSTRACT: The digital economy of 21st century society has confronted humanity with a civilization in which communication and the transmission of information is mediated through the utilization of technological devices. Consequently, subjects who make use of the world wide web, in mobile devices and on their computers, leave their digital footprint and with it a data trail with the information shared, the searches done, the emails sent, and the downloaded applications on their gadgets, mainly. It is for these reasons that this research is based on an in-depth exploration of the possible impact that this footprint would produce in high context cultures and high uncertainty avoidance. Consequently, the juxtaposition between Edward T. Hall's (high context) and Geert Hofstede's (high uncertainty control) classification of cultures will be characterized. Likewise, the main regulations that seek to protect the data of Costa Ricans and foreigners living in the country will be presented. Finally, it reflects on the control that state institutions must exercise, within the rule of law, to guarantee the protection of individuals' private data. Furthermore, focusing on the fact that along with technological advances there must be educational models to allow the individuals to know about the possible use of their data by third parties.

KEYWORDS: World wide web, culture, digital footprint, data

Recibido: 17-03-21 | Aceptado: 21-06-2021

CÓMO CITAR (APA): Quirós-García, E. (2021). La huella digital y la protección de datos: su impacto en las culturas de alto contexto y alto control de incertidumbre en Latinoamérica. *InterSedes*, 22(46), 169-187. DOI 10.15517/isucr.v22i46.46254

Publicado por la Editorial Sede del Pacífico, Universidad de Costa Rica
DOI 10.15517/isucr.v22i46.46254

Introducción

Los modelos culturales en los que las personas se desarrollan no solo construyen la percepción que se tenga de otros, sino también su posición ante el mundo y sus herramientas, entre ellas, la tecnología. Los patrones culturales de los grupos de individuos se forman a partir de elementos materiales e inmateriales. Los primeros, se pueden subcategorizar en objetos y tecnología; los segundos, son aquellos que circunscriben los valores y creencias de un pueblo. Es así como para Kroeber (como se citó en Hofstede, 2001), la cultura es un contenido creado y transmitido, al igual que los patrones de valores, ideas y otros sistemas simbólicos significantes, los cuales son factores en la construcción del comportamiento humano y sus artefactos.

Además, existen otros elementos más concretos que definen la cultura. Harrison y Huntington (2000) afirman que la cultura no es una variable independiente, sino que está influenciada por numerosos factores, por ejemplo, el clima, la política y los caprichos de la historia (p. 28). Consecuentemente, los seres humanos están formados por diversas variables; no solo por elementos visibles, sino que se incluyen aquellos como su sistema de creencias, su visión de mundo y su modo para procesar la información.

Por su parte, el procesamiento de la información se relaciona con aquellos modelos culturales que el grupo ha implantado de manera indirecta y directa en sus miembros, y que son reforzados por el lenguaje, verbal o no verbal, así se construye un modelo de pensamiento y de valores. Hall (1976) clasifica las culturas en dos grupos: las de alto contexto (AC) y las de bajo contexto (BC). Esta categorización se enfoca en examinar la cantidad de información que los miembros de una sociedad procesan, en relación con los procedimientos y normas, sociales o jurídicas, que deben seguirse. Para las culturas de AC, se espera que sus miembros sepan cómo desempeñarse en su grupo, de manera que la información y las reglas culturales se mantengan implícitas (Dodd, 1995, p. 90); sucede lo contrario con las culturas de BC. Además de esta particularidad, las culturas de BC tienden a sentirse más cómodas con la incertidumbre y a utilizar estilos de comunicación más directos, al contrario de las de AC que tienden a ser más colectivas, en relación con su endogrupo, y menos individualistas.

Por otra parte, cuando se trata de leer y seguir instrucciones, las culturas de AC parecen ser menos meticulosas que las de BC, diferencia que, unida a la situación actual con respecto a la protección de datos, podría presentar mayores desafíos para estos grupos culturales, los que en su mayoría, pertenecen a países latinoamericanos. Países, que al igual que en otras latitudes, presentan problemas de pobreza y gran desigualdad, con poblaciones que desconocen lo que sucede al presionar un botón que les permite acceder a información, fotografías, productos y otros. López (2018) señala que:

Internet y las redes sociales pueden servir para el desarrollo de la ciudadanía, el progreso de la democracia, el libre acceso para todos, la utopía del igualitarismo gracias a la tecnología, la difusión de información libre y sin control por parte de los distintos poderes. Pero, por otro lado, también pueden ser utilizadas como vías de dominación, vigilancia y violación de las libertades fundamentales. (p. 718)

La tecnología proporciona mayor desarrollo personal y social, pero puede transformarse en un beneficio interesado. Marín (como se citó en Hidalgo Toledo, 2015), señala que “la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas” (p. 64). De esta forma, existe el riesgo de que aquellas organizaciones o personas físicas que puedan acceder a la información la utilicen en perjuicio de otros.

La huella digital

Vivir en una sociedad en la que se tiene acceso a productos, personas e información con un pequeño artefacto portátil, ha generado que el umbral de satisfacción de necesidades en los individuos sea cada día más reducido. Sin embargo, digitar búsquedas, presionar “aceptar” y compartir *likes* representa un riesgo del que se tiene poca consciencia, ya que estas acciones construyen un rastro en “la nube” que es muy difícil de borrar. Sobre esto, Morales (2019) afirma que:

Estamos abriendo ventanas de miles de maneras para que se asomen a nuestra intimidad virtual. ¿Para qué?

Precisamente para eso, para que los buscadores y las páginas web a las que accedemos conozcan nuestros intereses, nuestras opiniones, capacidad de compra, nuestros movimientos en el plano real y virtual, y de este modo, vendernos los productos, la información, las ideas y los candidatos políticos que, de manera personalizada, se adecuen a ella, y si fuera necesario y posible, nos hagan cambiar de opinión. Los mecanismos son tan sofisticados que muchas veces, es suficiente tener encendidos nuestros celulares y los micrófonos con que se hallan provistos, para que esas conversaciones que mantenemos en voz alta se traduzcan en información que nos induzca a la compra de lo que nos interesa. (p. 38)

Todos estos datos ingresados en los motores de búsqueda por los usuarios generan información sobre los gustos y preferencias de los consumidores, información que a su vez es procesada y “requiere de una gran rigurosidad y de diversidad de métodos adecuados a los objetivos, para que el resultado obtenido sea válido” (García-Alsina 2017, p. 116). Por ende, los “datos no tienen mayor significado cuando están almacenados en una gran base. Hay que hacerlos inteligibles” (Morales 2019, p. 38), para este fin están los algoritmos,¹ lo cuales buscan encontrar respuestas o soluciones. Así, las personas son segmentadas de acuerdo con el uso que hagan de páginas web, búsquedas y compras, entre otros, y se les perfila con diferentes objetivos que ellas ignoran. Como argumenta Garro (2020), la protección de datos presenta grandes retos con respecto a la recolección masiva de estos para diferentes usos. Mediante las nuevas tecnologías es cada vez más fácil desplazarse entre la determinación de los gustos y preferencias de las personas, hasta llegar a la manipulación del inconsciente colectivo. Muchas personas desconocen que pueden ser utilizados por un sistema económico, apoyado por la tecnología.

Actualmente, gran parte de la vida de las personas está vinculada a dispositivos móviles que, además de ofrecerles mayores oportunidades de comunicación, realización de transacciones comerciales y participación en procesos políticos, les proporcionan

¹ Para Manfredi (2016), los algoritmos “reducen la capacidad de pensamiento crítico frente a la comodidad de repetir y prever los patrones de comportamiento, consumo y utilización de recursos... se reduciría a la obsesión por las grandes cifras y la ausencia de pensamiento crítico” (p. 93).

a las grandes compañías la oportunidad de ampliar sus negocios, por medio —muchas veces— de herramientas poco conocidas y con “letra pequeña”. Un hecho que ejemplifica esta vinculación es el número de líneas móviles en Costa Rica que, de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo en Telecomunicaciones 2015-2021 (Gobierno de la República de Costa Rica, 2015), para el periodo 2010-2014 aumentó en un 127 %, “superando el crecimiento a nivel latinoamericano” (p. 30). Por su parte, Manzanero y Pérez (2016) manifiestan que “las nuevas tecnologías inciden en la protección de los datos personales, que se erigen como la moneda de cambio para disfrutar de sus posibilidades” (p. 250). Por otra parte, como lo determina Morales (2019), la huella digital de cada persona es generada por ella misma:

Cada vez que abrimos un sitio, estamos casi obligados a aceptar las políticas de cookies, sea porque se nos indica que si seguimos navegando se considera que lo aceptas, o porque suele ser una pérdida de tiempo buscar la opción de rechazo. El ciclo se completa cuando realizamos una compra o transacción cualquiera, o para recibir un beneficio como un bono de descuento, en que debemos vincularnos con un usuario o contraseña propia o hacerlo a través de nuestras redes sociales. De este modo las huellas que hemos dejado se asocian a nuestra identidad. (pp. 37-38)

Este es un comportamiento habitual, las personas no se dan cuenta de que su conducta, además de tener repercusiones en sus finanzas personales, pirámide de valores y relaciones, tanto profesionales como familiares, origina un perfil digital que les puede circunscribir a estados de vulnerabilidad. También, existen los datos abiertos que son “generados por las administraciones públicas o supranacionales, que están recogidos en diversos portales gestionados por las mismas administraciones” (García-Alsina, 2017, p. 115). Por otra parte, para Manfredi (2016), el control de la privacidad, el borrado de la huella digital o el derecho al olvido son valores cada vez menos seguros. Los ciudadanos que no puedan o no sepan delimitar sus espacios privados serán mercancía en forma de datos (p. 94).

Ciertamente, la tecnología, aun cuando es una herramienta que puede tener usos muy positivos para la humanidad, puede crear muchos problemas. En cuanto a esto, López (2018) afirma:

Es necesario que los usuarios y consumidores tomen conciencia de sus derechos y los límites de éstos en su trato con empresas. En tercer lugar, hay que considerar los peligros de las nuevas tecnologías que pueden invadir la privacidad de las personas hasta términos desconocidos, pudiéndose llegar a la vigilancia total o la pérdida del derecho a la privacidad. (p. 731)

Si las personas no son cuidadosas con los datos que comparten en la red exponen su información y se arriesgan a que esta sea utilizada con otros propósitos. Para Manzanero y Pérez (2016), el uso que los sujetos hacen de los medios digitales de comunicación e información “compromete los instrumentos vigentes de protección de las libertades y derechos de los ciudadanos, incapaces ya de dar una respuesta eficaz a los riesgos que genera el nuevo contexto y a los problemas jurídicos que conlleva” (p. 250). De acuerdo con los investigadores, los individuos podrían enfrentarse ante una situación de vulnerabilidad debido a sus publicaciones en línea.

Por su parte, Garro (2020) argumenta que la manera exponencial en que imágenes, comentarios y noticias circulan en las redes sociales diluye la posibilidad de prevenir que ocurran tergiversaciones, tanto de hechos como de sujetos (párr. 2). De manera similar, para Annie Machon (citada por la BBC Ideas, 2020, 0:10-0:20), exoficial de inteligencia MI5 del Reino Unido, es fácil realizar el seguimiento de cualquier persona con el equipo tecnológico a disposición en la actualidad; también es difícil que las personas traten y eviten ser detectadas. Los individuos que utilizan redes sociales e internet difícilmente podrán evitar dejar una huella digital que no pueda ser rastreada. Debido a esto, con la intención de promover una sociedad más equitativa y con ciudadanos más conscientes de sus acciones en la red, según Morales (2019) se requiere:

Que la sociedad en su conjunto, pero en particular los y las usuarias de Internet y de dispositivos que utilizan esta u otras redes que conectan computadoras, comprendan por ejemplo qué es un algoritmo, *big data*, inteligencia artificial (IA), *machine learning*. Y que se entienda también que estas innovaciones no son un asunto de los informáticos exclusivamente, sino que repercuten en nuestra manera de entretenernos, de alimentarnos, vestirnos, formarnos una opinión sobre el mundo en que vivimos, de vincularnos, enamorarnos, elegir nuestros representantes, educarnos, informarnos, etcétera. (p. 37)

En efecto, es importante educar a las personas en el uso que hacen de la tecnología, para comprender cómo esta, con los datos proporcionados, puede moldear al ser humano. Para Hidalgo (2015), cada usuario de la red se convierte en “miembro funcional de una comunidad y, por tanto, adquiere esa cultura que ahora le será propia. Comunicar es dejar rastro de sí, estableciendo mayor relación sujeto-máquina-sujeto” (p. 69). Entre los sujetos mediará un dispositivo que le permitirá comunicar a la sociedad aquello que le interese o no le interese. Como apunta Scott Helme (citado por la BBC Ideas 2020, 3:51-4:10), investigador en ciberseguridad y *hacker* ético, el usuario debe tener más control, ya que la información que comparte en sus redes puede ser utilizada por otras personas para fines contrarios a los que él/ella presupuso.

Es un hecho que, al vivir en una sociedad de la información, los individuos dejen este rastro de datos de forma intencionada o no. Sin importar el procedimiento con el que se obtenga la información, esto permitiría a las empresas, a los anunciantes, e incluso a los empleadores, crear un perfil de cada usuario en línea que puede transformarse en datos más específicos para ser explotados con fines determinados. Este hecho se afronta de manera distinta en cada cultura; para aquellas de AC (Edward T. Hall), las de alto control de la incertidumbre (ACI) (Geert Hofstede), y la sociedad latinoamericana, el uso de la tecnología para comunicarse y participar en la economía global puede presentar mayores desafíos. Como resultado, pueden enfrentar menos oportunidades de desarrollo y carecer de las herramientas para comunicarse con mayor precisión.

¿Cómo comprender el concepto de cultura?

La definición de ‘cultura’ y sus características han sido examinadas desde diferentes ángulos y presuposiciones. En algunos casos, según Taras *et al.* (2016), equiparar las culturas con los países se ha convertido en una práctica común, también hablar del país de origen como referencia a la cultura de una persona de manera indistinta. En consecuencia, se podrían excluir elementos fundamentales de un grupo cultural al hacer afirmaciones que no les representen, las culturas no se pueden adscribir perfectamente a países específicos. Por su parte, Vera *et al.* (2012) detallan que el concepto de cultura:

Se ha transformado desde el asociado al entorno de organizaciones sociales hasta el más reciente, interrelacionado con el mundo globalizado. Los diversos estudios han cambiado las interpretaciones iniciales de la cultura como características permanentes, únicas e independientes, hasta llegar a considerarlas conceptos difusos con diversos constructos multidimensionales. La cultura ejerce un papel fundamental en los diferentes aspectos de una sociedad, influencia desde la forma como las personas se relacionan (no solo entre ellas mismas, sino también con las organizaciones que las gobiernan), hasta el uso y aprovechamiento de las tecnologías disponibles. (p. 233)

Parece que los seres humanos representan la confluencia de varios factores que intervienen en su comportamiento, sus valores y el uso de los recursos materiales y tecnológicos de los que pueden disponer. Para Cerda-Hegerl (2006), “cada cultura es única y debe de encontrar su propio camino” (p. 328). No obstante, a pesar de que la cultura es un constructo social complejo para el que una sola definición es limitada, para este estudio se utilizará el modelo de Edward T. Hall (1914-2009), que se apoyará en el de Geert Hofstede (1928-2020).

Hall fue un antropólogo e investigador estadounidense, para este, el acto natural del pensamiento en una persona es considerablemente modificado por la cultura (Hall, 1976). Toda categorización teórica de un modelo cultural estará incompleta, ya que cada uno es una abstracción, por eso hay elementos que no se incorporan en el análisis, y él se decide por las formas utilizadas para comunicarse en las culturas. Para Hall (1976), una de las funciones de la cultura es proveer al ser humano de una pantalla selectiva entre él y el mundo, la cultura es la que le indicará a qué ponerle atención y a qué no.

Hofstede fue un psicólogo social que “definió la cultura como el programa colectivo de la mente que distingue a los miembros de un grupo humano de los miembros de otro grupo” (Vera *et al.*, 2012, p. 235); además, su estudio se enfoca en los valores que cada grupo cultural parece practicar. Hay otros académicos que refutan la posición de Hofstede por enfocarse mayormente en valores. Sin embargo, estos no pueden negar que son los valores y creencias centrales, y no los artefactos culturales externos, los que afectan el comportamiento y actitudes en la organización; de hecho, el efecto de los

valores culturales en el trabajo es más fuerte que otros predictores de uso común, como las variables demográficas o la personalidad (Taras et al., 2016).

A partir de las culturas de AC y las de BC, para Cerda-Hegerl (2006), “el contexto es aquello que en una cultura se da por sobreentendido y sobre lo cual no hay necesidad de hacer alusiones explícitas” (p. 331). Esta tipificación cultural responde a las particularidades que se presentan en la tabla 1.

TABLA 1

CLASIFICACIÓN DE LA CULTURA POR EDWARD T. HALL

	Alto contexto	Bajo contexto
El mensaje:	Se expresa, pero no se dice explícitamente porque no hay necesidad, los individuos se apoyan más en la intuición.	No se comunica entre líneas, tienden a percibirse como “directos”.
La comunicación:	Tiende a ser más densa; además de darle gran importancia a la armonía y a las relaciones interpersonales explícitamente buenas.	Tienden a separar a la persona de la situación, aun a expensas de una relación interpersonal.
El contacto corporal:	Presenta por lo general un alto grado de involucramiento en la comunicación, la cercanía y el contacto físico.	El contacto físico suele ser mínimo, y en relación con la proxemia, hay mayor distancia.
La incertidumbre:	El mensaje puede ser procesado, aunque exista ambigüedad, el silencio es utilizado como una estrategia de comunicación; además, su comunicación tiende a ser más indirecta.	Requieren de mayor certeza y de comunicaciones más directas.
Organización de ideas:	Se inclina por un modelo más intuitivo en el que los sentimientos son importantes en las negociaciones de todo tipo.	Se inclina por un modelo lógico lineal, en el que el análisis de la situación es fundamental.

Fuente: Cerda-Hegerl (2006).

Hofstede detalla cinco dimensiones culturales que pueden correlacionarse con las de Hall: el individualismo o colectivismo, el enfoque masculino o femenino, la relación poder y distancia, orientación a largo y a corto plazo, y la certeza e incertidumbre. Tal como plantean Alcántara-Pilar y Del Barrio-García (2017), su modelo “ha sido ampliamente utilizado en el análisis del efecto moderador que la cultura ejerce en la forma en la que los usuarios procesan y responden a la información que, a través de los medios digitales, reciben de las empresas” (p. 14). Este esquema de comprensión de las culturas se sintetiza en la tabla 2.

Después de considerar la clasificación de Hall y las dimensiones de Hofstede, con la cantidad infinita de información que se encuentra en línea, podría haber grupos culturales más inclinados a ser de AC, y otros en los que el contexto podría determinar, de algún modo, su comportamiento. Entonces, algunos grupos culturales podrían enfrentarse a mayores desafíos en este momento histórico en el que la tecnología y la información imperan. Para Hidalgo (2015) “poco a poco la cultura digital se posiciona en el centro de la interacción humana” (p. 77). El medio empleado por muchos para comunicarse es un dispositivo tecnológico mediador de la comunicación y no aquella 1:1 que permite leer códigos no verbales sin filtros y de forma más inmediata. Este hecho es una desventaja para los latinoamericanos, Cerda-Hegerl (2006) lo manifiesta al declarar que “alto contexto, alto grado de involucramiento en la comunicación y contacto corporal son entonces las características principales de la comunicación cara a cara en América Latina” (p. 332).

Bajo esa tesis, Alcántara-Pilar y Del Barrio-García (2017) determinan que la “creciente penetración de Internet está afectando de manera importante el comportamiento humano, en general, y el comportamiento del consumidor, en particular” (p. 14), de ahí que este último responde a los patrones culturales heredados y aprendidos. Además, tal como indica Alcalá (2017), las herramientas digitales utilizadas por los individuos son “uno de los principales escenarios de la socialización de un sujeto del siglo XXI”, además, de requerir “ciudadanos que se formen permanentemente a lo largo de la vida debido a que la cultura digital está en constante transformación, tanto de sus contenidos como de sus formas” (pp. 79-80). La tecnología se ha convertido en parte de la

vida de las personas y su contenido, al igual que su forma, incide en la conducta de cada individuo.

Las variables cultura y tecnología, al conectarse, repercutirán en las personas, y las culturas de AC y las de ACI, podrían verse afectadas. Por ejemplo, para Cerda-Hegerl (2006), los países latinoamericanos “deben de ser clasificados claramente como culturas de AC en las cuales mucho de lo que se comunica va implícito en el mensaje y puede ser descifrado en el lenguaje corporal, en los gestos, en la distancia física” (p. 331). Para Cerda-Hegerl, estos países se caracterizan por ser más colectivistas, “los individuos no suelen ir más allá de los intereses de su grupo familiar”, por lo tanto, “los códigos éticos suelen ser laxos y dar lugar a sociedades basadas en la desconfianza” (p. 329).

De este modo, se observa una relación entre esta postura y la de Alcántara-Pilar y Del Barrio-García (2017), al determinar que las culturas con ACI “solían experimentar una mayor resistencia a las nuevas tecnologías y un mayor énfasis en la tradición... los consumidores pertenecientes a culturas con un valor elevado de CI tratan de evitar situaciones con riesgo impredecible” (p. 14). Grupos culturales con las características mencionadas, con acceso a internet y herramientas digitales, estarán en desventaja, y aquellos otros que no cuenten con ninguno de estos dos factores estarían en total desigualdad; esto porque en la actualidad, la información es la nueva forma de organización social. Este nuevo poder social recae en la generación, procesamiento y transmisión de la información.

La comunicación es hablar para encontrarse con el otro. Comunicar es comunión (Hidalgo, 2015, p. 72). Si usuarios de los medios digitales, por razones culturales, no están dispuestos a asumir riesgos en la red, su comportamiento estaría influenciado por patrones heredados y aprendidos de su medio cultural, lo cual limitaría su participación en la sociedad del siglo XXI. Además, tal como indican Alcántara-Pilar y Del Barrio-García (2017):

En definitiva, la actitud que presentan los individuos de culturas más colectivistas hacia el uso de Internet como canal de compra parece ser menos positiva que la de aquellos pertenecientes a culturas más individualistas motivados por sus percepciones de los beneficios a obtener durante el proceso de navegación. (p. 15)

Los grupos culturales que se inclinan más sobre estas variables se enfrentan no solo a retos en cuanto al acceso a medios y alfabetización digital, sino también al uso efectivo que pueden hacer de estos. Por esta razón, a pesar de ser congéneres en la sociedad actual, no todas las personas que utilizan dichos medios están conscientes de las consecuencias que tiene el uso de las redes sociales e internet. Tampoco conocen el riesgo que corre su privacidad cuando navegan por páginas con “cookies”, ofrecen sus datos sin discriminación de ningún tipo y presionan el botón de “aceptar”, sin hacer una lectura de las condiciones. Estas prácticas son comunes en los usuarios, como afirma Hidalgo (2015), el mundo ha cambiado y ahora es “una pequeña plaza comercial, la que todo se concentra y todo está unido por el sutil tejido de las redes: mediáticas, empresariales, escolares, económicas, políticas e ideológicas” (p. 66).

Lo que los individuos no ignoran es que sus datos personales y de navegación se han convertido en “oro en polvo, el verdadero objeto de disputa entre gobiernos y corporaciones, que vienen desatando una guerra comercial” (Morales, 2019 p. 39). Los datos se transforman en *commodities*, que a su vez generan transacciones entre entidades y personas físicas, Manzanero y Pérez (2016) señalan:

Las nuevas tecnologías inciden en la protección de los datos personales, que se erigen como la moneda de cambio para disfrutar de sus posibilidades. Las barreras espaciales y temporales que en la realidad *offline* suponían una «protección natural» de los datos recopilados desaparecen por la capacidad tecnológica para almacenar, encontrar y difundir todo tipo de información. Esto da lugar a la llamada «memoria digital» que por los bajos costes de almacenaje y los altos de supresión genera un problema de selección de la información y divulgación indiscriminada. (p. 250)

Al vivir en una sociedad del conocimiento, en la cual la información es la piedra angular del comercio, los datos de millones de usuarios son almacenados y procesados de manera que se crea una huella digital abstracta, pero tangible, que afecta directa e indirectamente a los usuarios de internet y redes sociales. Esta información debe de ser protegida por normas legales que así lo promuevan. En Costa Rica, a partir de la carta magna el Estado y sus instituciones democráticas trabajan para que los habitantes de

la nación, como consumidores, tanto de bienes concretos como de bienes inmateriales, puedan defender sus derechos, individuales y colectivos.

La protección de datos en Costa Rica

Costa Rica cuenta con una normativa que busca proteger al consumidor, cuyo cimiento es el artículo 46 de la Constitución Política (Asamblea Nacional Constituyente, 1949), el cual establece que:

Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a un trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La ley regulará esas materias. (párr. 5)

Además, el país cuenta con la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 1994) y su reglamento, pero no existe legislación específica con respecto al comercio electrónico *per se*, ausencia normativa que se produce como consecuencia de que la tecnología incrementa y se adelanta a la normación de su uso. Altamirano señala que “las libertades y derechos se han introducido en el espacio digital, lo que ha provocado que por parte del Estado su reconocimiento y protección constituya un reto del sistema jurídico” (como se citó en Morales, 2019, p. 47), y se genere una revolución social, económica, jurídica y educativa, de la cual no existe retorno. En el artículo 1 de la ley mencionada, se establece su objetivo al indicarse lo siguiente:

Proteger, efectivamente, los derechos y los intereses legítimos del consumidor, la tutela y la promoción del proceso de competencia y libre concurrencia mediante la prevención, la prohibición de monopolios, las prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento eficiente del mercado y la eliminación de las regulaciones innecesarias para las actividades económicas.

También, en el artículo 32 se enumeran los derechos del consumidor en una lista taxativa que busca identificar aquellas situaciones en las que los individuos pudieran verse en desventaja, entre

las cuales están el tratamiento y protección de los datos de los habitantes del país que, según su uso, podrían ser considerados como sensibles. Entre los incisos más relevantes se encuentran:

- a) La protección contra los riesgos que puedan afectar su salud, su seguridad y el medio ambiente.
- b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales.
- e) La protección administrativa y judicial contra la publicidad engañosa, las prácticas y las cláusulas abusivas, así como los métodos comerciales desleales o que restrinjan la libre elección.
- f) Mecanismos efectivos de acceso para la tutela administrativa y judicial de sus derechos intereses legítimos, que conduzcan a prevenir adecuadamente, sancionar y reparar con prontitud la lesión de estos, según corresponda.

La normativa busca proteger a las personas que se puedan ver perjudicadas. Para este estudio es de interés la protección de los datos personales y el derecho a la autodeterminación, es decir, el derecho que posee cada individuo para decidir cuáles datos proporcionar y qué puede hacer un tercero con la información recabada, de igual modo, poder oponerse a la posesión o al uso de esta. En ese mismo contexto, Manzanero y Pérez (2016) detallan que el derecho a protección de los datos es:

Autónomo para la protección de datos personales, sean íntimos o públicos, y por tanto con ámbito de protección más específico e idóneo que el derecho a la intimidad, aunque en ocasiones concrete éste. Y es también un instituto de garantía de otros valores constitucionales (de forma especial intimidad personal y familiar, honor y propia imagen, pero también libertad ideológica, religiosa, sindical...). (p. 252)

La protección de los datos tiene injerencia en otras esferas de la vida del ser humano. Aunque existe una “necesidad de acceso a las tecnologías de la información y son fundamentales en el presente contexto histórico y social, denominado genéricamente como sociedad de la información” (Alcalá Abad 2017, p. 82), también es necesario proteger al individuo. A pesar de que se tenga acceso a los dispositivos y a la red para poder participar en este modelo social, los usuarios deben tener protección jurídica. García (2018), señala que:

Internet y las redes sociales pueden servir para el desarrollo de la ciudadanía, el progreso de la democracia, el libre acceso para todos, la utopía del igualitarismo gracias a la tecnología, la difusión de información libre y sin control por parte de los distintos poderes. Pero, por otro lado, también pueden ser utilizadas como vías de dominación, vigilancia y violación de las libertades fundamentales. (p. 718)

Si bien la red y los dispositivos electrónicos a los que los individuos tienen acceso les proveen de grandes oportunidades para interactuar y tratar de comunicarse en el siglo XXI, estos también pueden atravesar el umbral de su privacidad. La normativa y las prácticas que regulan el tratamiento de la información de las personas deben ser revisadas y actualizadas de la misma manera en que el desarrollo tecnológico avanza. Un Estado y sus instituciones que desconozcan esta realidad del mundo actual no podrán proteger a sus ciudadanos frente a situaciones que les puedan afectar personal y profesionalmente.

Conclusiones

La era de la sociedad del conocimiento ha ocasionado cambios significativos, ofrece desarrollo y prosperidad para algunos, pero para otros ha sido lo contrario. No es solo el acceso a herramientas tecnológicas lo que puede brindar mayor desarrollo y bienestar, sino el discernimiento con respecto a la información disponible. Participar en este tipo de sociedad de la comunicación puede desencadenar una catástrofe social si no se tienen habilidades necesarias para reconocer los peligros digitales. En definitiva, personas bajo estas condiciones se encuentran en mayor desventaja con respecto a otras.

Aquellas poblaciones de culturas que tienden a ser de más AC enfrentan mayores retos con la tecnología y su huella digital. En los titulares de los periódicos (digitales o en formato físico) se comprueba que muchas de las personas engañadas son de pocos recursos y baja escolaridad, en su mayoría mujeres, de diferentes grupos etarios. De la misma manera, aquellas culturas que presentan un alto índice de CI estarán en desventaja con respecto a aquellas de bajo índice, no solo por su participación en el engranaje de la sociedad de la información, sino por la apropiación de herramientas

que les permitan acceder a servicios más expeditos y, en algunos casos, mejores que aquellos a los que han estado acostumbradas.

El Estado tiene la responsabilidad de proteger a la ciudadanía y sus datos, no debe evadirla ni abusar de su poder. Costa Rica es un país que tiende a ser de AC, donde muchos de sus habitantes no leen instrucciones, pues el modelo educativo se ha debilitado, y la satisfacción de sus necesidades la encuentran en internet, ya sea por medio de compras o de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) en las que se completan sus necesidades de afiliación, seguridad, reconocimiento y hasta autorrealización. Se requieren no solo normas jurídicas que contrarresten los abusos con respecto a los datos e información de las personas, sino también un modelo educativo que promueva la criticidad y el pensamiento abstracto, así como instituciones que originen cambios para la nación.

Limitaciones y recomendaciones

La falta de estudios es una de las limitaciones encontradas. Si bien existen fuentes que abordan los enfoques culturales de Geert Hofstede y Edward T. Hall, no hay investigaciones suficientes sobre cómo los patrones culturales de las personas pueden incidir en el uso que estas hacen de la tecnología y la red mundial, en relación con la protección de datos. Aun cuando esta puede considerarse una limitación, también es una posibilidad para futuros estudios sobre el tema y su influencia, tanto en el campo cultural como en el área legal, en Latinoamérica.

Era de interés generar una muestra poblacional para un estudio específico acerca del comportamiento cultural de las personas en Costa Rica, tanto de aquellas residentes extranjeras, como de las costarricenses, para contrastar el uso que hacen de la red mundial y la incidencia de la cultura en sus decisiones; además, considerar si los sujetos extranjeros cambiaron sus percepciones culturales al convivir con costarricenses. Sin embargo, debido al formato y objetivo de esta investigación, esa posibilidad no fue viable, pero es una sugerencia para investigaciones en el área de los estudios interculturales y la variable normativa de una nación.

En cuanto al área normativa en específico, una futura posibilidad de estudio es analizar y constatar si en Costa Rica los

individuos conocen sobre esa huella digital pasiva que comparten inconscientemente en la red, y los posibles efectos legales que esta práctica genere. Por último, profundizar en cómo los datos provistos por los usuarios podrían ser suprimidos si se establece un derecho adquirido como consumidores de información, es otro posible tema de investigación.

Referencias

- Alcalá, L. (2017). *Alfabetización mediática para la e-inclusión de personas mayores*. Dykinson, S.L. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1qghfg5>
- Alcántara-Pilar, J. & Del Barrio-García, S. (2017). El papel moderador del control de incertidumbre, la orientación a largo plazo y el individualismo en el efecto del riesgo percibido sobre la aceptación de un sitio web. *Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 27(63), 11-27. www.jstor.org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/stable/innrevcieadmsoc.27.63.11
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (1994). Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor. Ley N.º 7472. www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=26481
- Asamblea Nacional Constituyente de la República de Costa Rica. (1949). *Constitución Política*. www.tse.go.cr/pdf/normativa/constitucion.pdf
- British Broadcasting Corporation Ideas [BBC Ideas]. (2020, 8 de octubre). *How to stop leaking information about yourself online* [video]. YouTube. www.youtube.com/watch?v=_EF-Mb4mWv0
- Cerda-Hegerl, P. (2006). *Dimensiones centrales de la cultura y la comunicación en América Latina hoy*. Universidad Ludwig Maximilian de Múnich. cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/pdf/munich_2005-2006/05_cerda-hegerl.pdf
- Dodd, C. (1995). *Dynamics of intercultural communication*. McGraw Hill.
- García-Alsina, M. (2017). 'Big Data': espía o aliado. *Trama & Texturas*, (33), 114-119. <https://www.jstor.org/stable/26195353>
- García López, G. (2018). La privacidad en internet desde el punto de vista de la ética de la información. En *El cincuentenario de los pactos internacionales de derechos humanos de la ONU*.

- Universidad de Salamanca. <https://eusal.es/index.php/eusal/catalog/view/978-84-9012-850-3/4444/359-1>
- Garro, M. J. (2020). *Data protection: Latin-America and Covid-19*. GIRÓ MARTÍNEZ. https://www.giromartinez.com/news/data-protection-latin-america-and-covid-19/?fbclid=IwAR2pAsR-mHVcc5hkN9Ezq5uX_KwPu_zBbCb5_41L64997tM0A17Ie-FRuyBXM
- Gobierno de la República de Costa Rica. (2015). *Plan de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2015-2021*. www.micit.go.cr/sites/default/files/pndt-2015-2021_2.pdf
- Hall, E. (1976). *Beyond Culture*. Anchor Books.
- Harrison, L. & Huntington, S. (eds). (2000). *Culture Matters*. Basic Books.
- Hidalgo, J. (2015). Macrotendencias de la cultura digital. En *Nueva ecología de los medios y desarrollo ciudadano* (pp. 63-82). Universidad del Rosario. <https://doi-org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/10.2307/j.ctt1f5g4gq.7>
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences*. Sage Publications.
- López, G. (2018). La privacidad en internet desde el punto de vista de la ética de la información. En *El cincuentenario de los pactos internacionales de derechos humanos de la ONU: Libro homenaje a la profesora M.ª Esther Martínez Quinteiro* (pp. 717-734). Universidad de Salamanca. www.jstor.org/stable/j.ctt2111g8r.45
- Manfredi, J. (2016). La desigualdad en la era digital. *Política Exterior*, 30(172), 88-94. www.jstor.org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/stable/26450920
- Manzanero Jiménez, L. & Pérez García-Ferrería, J. (2016). Sobre el derecho al olvido digital: una solución al conflicto entre la libertad de información y el derecho de protección de datos personales en los motores de búsqueda. *Revista Jurídica Universidad Autónoma de Madrid*, (32). revistas.uam.es/revistajuridica/article/view/6443
- Morales, S. (2019). Derechos digitales y regulación de internet: Aspectos claves de la apropiación de tecnologías digitales. *Tecnologías digitales: Miradas críticas de la apropiación en América Latina* (pp. 35-50). CLACSO. <https://doi-org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr/10.2307/j.ctvt6rmh6.5>

- Taras, V., Steel, P. & Kirkman, B. (2016). Does Country Equate with Culture? Beyond Geography in the Search for Cultural Boundaries. *MIR: Management International Review*, 56(4), 455-487. www.jstor.org.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/stable/24771032
- Vera, E. J., Carrillo, G., Peña de Carrillo, C. I., Ariza, J. A. & Acosta, D. J. (2012). Cuantificación de cultura en el contexto de la sociedad de la información. *Entramado*, 8(2), 232-251. www.redalyc.org/articulo.oa?id=2654/265425848015