

COMO PERDER TU PRIVACIDAD MIENTRAS HACES LA COMPRA: AMAZON GO.

Por: Elbinario. 28/04/2018

Seguro que conocéis la noticia de que el supermercado automático de Amazon ha abierto sus puertas en Seattle, Amazon Go, ha estrenado hoy su primer supermercado después de años de pruebas con titulares a bombo y platillo en todos los medios, Amazon promete una experiencia única, en la que únicamente necesitaras un móvil con su app para realizar tu compra, olvidándote de llevar dinero en efectivo, tarjeta o esperar largas colas para pagar en caja, pero lo que seguramente muchos titulares no nos dicen es que este supermercado no funciona con pequeños duendes, que van metiendo tus productos en la bolsa, si no que Amazon ha montado un super “Big Brother” en su supermercado, que haría tiritar el mismo Stalin.

Amazon ha mostrado muy poco, sobre como funciona su supermercado, ya la tecnología que usan, solo un par de vídeos promocionales donde hay mas marketing que información, pero leyendo la poca información que llega podemos hacer un ejercicio de imaginación, para ver como funcionaria dicho supermercado y la perdida de privacidad que ello con lleva(seguramente en unos días saldrán “reviews” y podremos ver, lo erróneo o acertado de este ejercicio.

Para acceder al supermercado, necesitamos descargar una app, y pasarla por una especie de baliza, tipo torno, que registra el código [QR](#) de nuestra aplicación, y nos identifica(seguramente con nuestro usuario de amazon) además de recoger datos sobre nuestro teléfono móvil tales como imei,mac,wifi,version so,etc.. Una vez dentro del supermercado, empezamos a realizar nuestra compra cogiendo los productos de sus estantes,imaginaros que cogemos un brick de leche, este producto tiene un código [RFID](#), que automáticamente le “chiva” al software de gestión, que alguien le ha cogido, el software de gestión,a su vez se comunica con pequeños puntos de acceso AP, que están constantemente trackeando el recorrido del teléfono que se valido en el torno de entrada, a través algunos de los datos recogidos, entonces el software de gestión asocia ese producto al teléfono/usuario del mismo, descuenta un producto del inventario etc.. ¿Y que ocurriría en el caso de que hubiera otra persona con su teléfono próximo al estante del producto, a quien se

lo asigna? para ello, Amazon usa las imágenes de sus cámaras, y a través de algún algoritmo de reconocimiento facial, y el tracking del recorrido que el teléfono ha ido haciendo por el supermercado, para asociarlo a la persona indicada. Todos los productos que vamos cogiendo, se van añadiendo a tu “carro” de tu sesión de Amazon, que previamente validaste al iniciar la aplicación, los datos son enviados mediante RFID, seguramente al teléfono, el cual lo lee como si fuera una URL del tipo ID_Articulo+Id_Sesion_Usuario... como ya tiene la sesión iniciada, los artículos son registrados automáticamente en el carro de la sesión del usuario. Con lo que la persona solo tiene que salir por la puerta del supermercado con la compra.

Esta tecnología que usa Amazon no es nueva ya se usa en menor medida en prácticamente todos los centros comerciales que existen como ya vimos en <https://elbinario.net/2015/08/23/wifitracking-y-web-browser-fingerprinting-en-centros-comerciales-y-tiendas/>

Simplemente Amazon, ha subido el listón de recopilación de datos apoyados, en sus miles de cámaras y sensores y sus algoritmos de “machine learning”

A través de los datos que Amazon recoge sobre nosotros, vía nuestro móvil o las cámaras, amazon puede lanzarnos ofertas y descuentos a nuestro móvil, ¿os acordáis de al escena de *minority report*, donde el protagonista pasaba cerca de los escaparates, y a través del escáner de iris, le reconocía y le ofertaban sus productos? pues con el precedente que esta creando Amazon con este supermercado no andamos nada lejos de ello.

Pero Amazon Go no solo es un problema, de privacidad, si no también un programa de “elitismo”, para acceder al supermercado hay que usar un movil con una app, lo cual ya nos esta dejando claro, hacia que tipo de clientes están destinados estos supermercados, incrementando así la brecha tecnología y social, para dejar claro la clase social a la que están destinados sus productos y servicios, dejando de una lado a los demás.

La tecnología esta para ayudarnos a construir puentes y demoler barreras de comunicación y sociales, no para crear otras, usando nuestras datos como pago de servicios elitistas y tecnócratas.

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ.](#)

Fotografía: Xataka

Fecha de creación
2018/04/28