

Vulnerando la privacidad por la cara

La Agencia de Protección de Datos considera insuficientes los cambios realizados por Facebook e investiga a Google por su programa Street View

JOSEBA ELOLA - Madrid - 30/05/2010

"Cinco ingenieros metidos en un garaje no pueden ser los que decidan qué es la privacidad". Artemi Rallo, director de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), se revuelve en el sofá del *hall* del edificio central de Telefónica en Las Tablas, Madrid.

"Cinco ingenieros metidos en un garaje no pueden ser los que decidan qué es la privacidad". Artemi Rallo, director de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), se revuelve en el sofá del *hall* del edificio central de Telefónica en Las Tablas, Madrid. Acaba de participar en una mesa redonda en la que había un representante de Google y no se ha andado con chiquitas. Terminada la charla, Rallo se muestra notablemente contrariado con la actitud de *las grandes* de Internet en estos días, sobre todo con Google y Facebook. "Están jugando a abusar de su posición dominante a nivel planetario. Se ha rebasado el vaso de la paciencia, se han cruzado varias líneas rojas".

Abrir las ventanas de los usuarios de las redes sin pedir permiso. Captar información personal con coches que recorren las ciudades. Artemi Rallo dice estar harto de la estrategia de *las grandes*, que, según describe, pasa por lanzar servicios sin garantía de privacidad, recibir críticas y acabar corrigiendo debido a los escándalos. Cuanto más pública es la información de los usuarios, cuanto más se sabe sobre sus gustos, más segmentada es la publicidad que se les dirige y mayor es el negocio. "Es una estrategia demasiado evidente y están abusando del incumplimiento de las leyes", sostiene.

En el año 2006, la AEPD recibió 27 denuncias relativas a servicios de Internet. En 2009, en torno a 160; 30 de estas relacionadas con las redes sociales: una mujer que agregó a un amigo que resultó ser el director de la empresa a la que optaba profesionalmente; un profesor del que se colgaron fotos con comentarios injuriosos; una mujer víctima de malos tratos que intentaba borrar su rastro en la Red, y que, aunque consiguió que se eliminaran de ciertas webs informaciones que permitían su localización, no conseguía evitar que la información siguiera apareciendo si tecleaba su nombre en Google. Estos son tres de los casos llegados a la AEPD. Nuevos entornos, nuevos problemas. "El debate de la privacidad es bueno. Tenía que llegar y ha llegado", declara Luis Miguel García Oliva, director de privacidad y seguridad de Microsoft.

El miércoles pasado por la noche, Mark Zuckerberg, el jefe de Facebook, acuciado por las críticas y la presión, [anunciaba todo un catálogo de medidas](#) para paliar los fallos de privacidad que han permitido que datos de miles de sus usuarios se hicieran públicos; para dotarles de herramientas más sencillas con las que determinar con quién quieren compartir la información y las fotos que cuelgan en sus páginas. La privacidad entraba en juego. También esta semana, la AEPD ponía en marcha [una investigación sobre la todopoderosa Google por el polémico programa Street View](#), que indirectamente permitió la captación de información que viajaba por las redes wifi abiertas. Google ya ha reconocido que cometió un error.

Uno de esos cochecitos negros de Google, equipados con cámaras en el techo, que desde 2008 empezaron a recorrer las calles españolas para tomar fotos para sus mapas, está desde el viernes en manos de la Agencia Española de Protección de Datos. La investigación está en marcha. Austria los ha prohibido porque considera que violan la intimidad. Irlanda pidió el pasado 14 de mayo que se eliminaran los datos captados, incluidas las identificaciones de las redes wifi. "Este es el caso más escabroso", asegura Rallo. "Con los coches consiguieron captar todo el tráfico que se producía en el momento en que pasaban por la calle. Si un ordenador estaba en una página porno, o médica, eso quedó registrado; también correos electrónicos y contenidos de esos correos. Es como si una multiflota de camiones pasa por cada papelera y coge nuestros recibos de la luz, las notas del colegio, las digitalizan y las meten en una base de datos.

¿Cómo se hace eso y para qué? Ser ingenuo en estos tiempos no tiene sentido".

Scott Rubin, ejecutivo de Google que participaba el jueves en la jornada de conferencias sobre seguridad en la Red organizadas en Madrid por Telefónica y FOSI (Family Online Safety Institute [Instituto de Seguridad Familiar en la Red], organización británica sin ánimo de lucro) declinó comentar la cuestión. La portavoz de Google en España remitió al *blog* oficial de Google y declaró a este periódico: "La privacidad de los usuarios está garantizada".

Precisamente el miércoles, también, el llamado Grupo de los 29, organismo que agrupa a agencias de protección de datos europeas, pedía a Yahoo!, Microsoft y Google que cumplan con las directivas de privacidad europeas y exigía que las búsquedas de los usuarios en Internet sean realmente anónimas.

Facebook se ha visto obligada a rediseñar su sistema de privacidad, que permitió que información privada y fotos fueran vistas por cualquiera de los usuarios de la red social, que ya son más de 400 millones. Con su nuevo sistema, resultará más sencillo determinar con quién se quiere compartir la información. "Hemos querido responder a esa demanda antes de que se convirtiera en un tema más gordo", reconoce en conversación telefónica desde Londres Richard Allen, director de Política de Privacidad de Facebook en Europa. "Queremos un diálogo constructivo. Hay que respetar las innovaciones y las regulaciones", declara. "Lo que estamos haciendo es tan novedoso que precisa de una nueva reflexión. Hoy en día millones de personas publican datos, tenemos que buscar nuevas reglas para este nuevo escenario".

Los cambios incorporados por Facebook simplifican la tarea para que el internauta decida el grado de privacidad que desea tener. "Se reducen a anunciar un mayor grado de simplicidad", protesta Rallo, "siguen sin entender el problema: la privacidad". Ofelia Tejerina, abogada de la Asociación de Internautas, es clara: "Todos los expertos dicen que la privacidad debería existir por defecto en las redes sociales". Es decir, que el internauta debería ser el que activara las ventanas que quiere abrir; la cuestión no es que se las den abiertas y que él se tenga que dedicar a ir cerrando aquellas por las que no quiere que vuele la información.

Richard Allen recuerda que, en cualquier caso, no se puede olvidar la esencia de las redes sociales: "Si todo el mundo guarda su información privada no puedes tener una red social. Facebook permite a la gente conectarse y compartir".

La policía se queja

Manuel Vázquez López, comisario jefe de la Brigada de Investigación Tecnológica del Cuerpo Nacional de Policía también tiene sus quejas sobre Facebook. "Tardan en darnos datos para las investigaciones. Si es para algo gordo, son rápidos; pero, para las investigaciones del día a día, está tardando. Tuenti, sin embargo, contesta rápido". Vázquez López cuenta que la delincuencia ya ha empezado a moverse en las redes y que se necesita más agilidad. Desde Londres, Richard Allen, director de la Política de Privacidad de Facebook, reconoce que hasta ahora ha sido complicado porque los datos estaban en Estados Unidos y anuncia que la semana pasada se decidió que habrá una persona con base en Europa que pondrá en marcha un equipo, en breve, para hacer frente a todo este tipo de requerimientos.