

## Privacidad amenazada

### Las redes sociales contienen datos de sus usuarios que cualquiera puede aprovechar

Todo el mundo puede tener un mal día, pero el que tuvo el pasado 21 de agosto Kyle Doyle, australiano de 21 años, fue de campeonato. Salió la noche anterior con sus amigos y por la mañana tenía tal resaca que llamó a su jefe del centro de llamadas en el que trabajaba para decirle que estaba enfermo. Quedó excusado de ir a la oficina, pero cometió el error de escribir su trastada en Facebook: "Kyle Doyle no va a trabajar, sigo de resaca. Malito, bieeeeeen". Su jefe lo leyó en la web y, como es natural, acabó despedido.

Facebook, MySpace, Hi5, Tuenti? Todas son redes sociales, con diferentes características y niveles de privacidad, pero todas comparten el hecho de que una serie de datos personales, en diferentes grados, están disponibles como en un escaparate. Alguna, como en el caso de Tuenti, parecen tratar en serio la protección de los datos de sus usuarios. Otras, en cambio, tienen pocas consideraciones ante la posibilidad, por ejemplo, de acceder a la libreta de direcciones del ordenador para enviar invitaciones.

Las agencias europea y española de protección de datos alertan a los usuarios de este tipo de páginas de que deben ser muy cuidadosos con la información que dejan, porque puede ser utilizada por terceros. El uso fraudulento de esa información, ya sea por parte de empresas en su estrategia comercial o gente con intereses más oscuros, amenaza la privacidad de las personas.

La agencia europea, Enisa, ha enviado al Ejecutivo comunitario 13 recomendaciones para que actúe. La conclusión fundamental que se desprende de su análisis es que hay que informar a la gente sobre cómo la utilización de sus datos puede afectarles en su vida cotidiana. Por ello, piden a la Comisión Europea campañas pedagógicas en diferentes ámbitos, incluido el de la escuela.

Enisa propone que la política de privacidad y seguridad de las empresas de internet se vea incentivada o penalizada en función de sus garantías reales sobre la protección de los datos de sus usuarios. Según la agencia, las personas tienen derecho a saber "lo que saben las compañías sobre ellos". La agencia reclama también una legislación clara sobre seguridad que permita a las autoridades y los individuos identificar los problemas y reaccionar ante ellos.

Una de las recomendaciones más novedosas es que la Comisión Europea estudie la posibilidad de aplicar la noción de territorio a la sociedad de la información. De esa forma, se extendería al mundo on line, por ejemplo, el principio legal de santuario que se aplica habitualmente a la residencia. En definitiva, instrumentos legales e información.

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) también le ha visto las orejas al lobo, y avisa de que la creciente popularidad de las redes sociales ha creado una situación preocupante. Una reciente resolución de las autoridades de protección de datos de 37 países reunidas en Estrasburgo alerta de que "los datos incluidos en los perfiles de las redes sociales pueden filtrarse fuera de ellas cuando son indexados por los buscadores".

Las autoridades de esos países concluyen que hay "poca protección frente a la copia de todo tipo de datos personales" en los perfiles de los usuarios de las redes sociales. Entre los riesgos potenciales, destacan "la práctica de responsables de personal de algunas empresas que investigan los perfiles de candidatos a un puesto de trabajo o empleado".

Otro caso es el uso de la información por parte del mismo proveedor de la red social "para emitir mensajes de marketing personalizado a sus usuarios". La convención de países sobre protección de datos alertó también sobre "el incremento del fraude de identidad". Las autoridades exigen ahora a los proveedores de las páginas sociales que informen de forma transparente sobre el tratamiento de los datos y que mejoren el control que los usuarios pueden tener de los datos propios, permitiendo, por ejemplo, restringir

"la visibilidad completa de los perfiles". Una de las grandes recomendaciones de las autoridades a los usuarios es que eviten poner sus nombres reales y que utilicen seudónimos aunque la página, en principio, no lo permita.

El presidente de la Asociación de Internautas, Víctor Domingo, recuerda que "la obtención de datos personales es uno de los grandes objetivos de la ciberdelincuencia". Domingo señala que, junto a la existencia de gente interesada en hacer un uso fraudulento de los datos de las personas, muchos usuarios de estas webs no actúan con la debida cautela: "Un aspecto que nos preocupa es la falta de información y la despreocupación que tiene mucha gente a la hora de dejar sus datos a la vista de cualquiera".

La Asociación de Internautas ha pedido a la AEPD que emprenda amplias campañas "para informar a los usuarios de sus derechos, porque hay un gran desconocimiento". Domingo avisa de que "el desarrollo de las redes sociales va muy por delante de la legislación", por lo que le preocupa que el planteamiento de la autoridad se limite a "entrar y empezar a multar". "Los políticos - afirma- con esto están absolutamente despistados y pueden pasar de la barra libre para todos a interceptar comunicaciones e intentar cerrar webs".

La prueba de que los usuarios son los que pueden cambiar el panorama se dio hace un año, cuando Facebook retiró el funcionamiento por defecto de su sistema de recomendaciones Beacon. Este registraba las compras de los usuarios en algunas webs para hacer sugerencias a sus amigos. Un grupo de usuarios indignados reunió 50.000 firmas y logró que ahora Beacon sólo funcione si se da consentimiento expreso.

FRANCESC BRACERO

[La Vanguardia](#)

Fecha artículo: lun 17 nov 2008 06:30:00 CET

Cristino Martos, 4  
28015 Madrid

Tel 91 540 92 82 Fax 91 548 28 10  
comfia@comfia.ccoo.es

Adherida a 