

El caso Facebook y Cambridge Analytica: El inicio de una tormenta en regulación de usos de datos personales

Autor: Hans Zavala Culqui

Publicado: 30/03/2018*

El mes de marzo en definitiva marca un hito respecto a la regulación de privacidad de los datos personales a la que tienen acceso y disposición plataformas digitales como Facebook, y es que se ha revelado información del uso que hacía la consultora Cambridge Analytica con los datos recopilados de una gran cantidad de usuarios de Facebook.

Todo inició a mediados del 2013, cuando el psicólogo Aleksandr Kogan, quien se dedicaba a evaluar gustos, miedos, tendencias y hasta “preferencias políticas” entre otros, mediante test y reacciones que tuvieran los usuarios dentro de Facebook, logró obtener el permiso de esta red social para usar sus algoritmos con fines académicos, sin embargo Kogan, fue financiado por Cambridge Analytica con hasta \$800.000 Dólares, de manera que consiguió mediante formas de pago a sus participantes hacer que aproximadamente 270.000 personas se involucraran en dichos tests, y asumiendo que cada persona tiene aproximadamente 300 amigos entre sus contactos a más, añadido a esto que los participantes aprobando dichos test dieron permiso sobre información de sus contactos, la consultora se hizo con información de datos personales de hasta más de 60 millones de personas, recabando información de identidades, localizaciones, gustos, etc.; con lo que se vulneró las políticas de protección de datos de Facebook, al facilitar esta información a una consultora con fines de trabajos políticos, gubernamentales y militares en todo el mundo.

Y el temor no es para menos puesto que se ha verificado los vínculos que tiene esta consultora con Stephen Bannon, el asesor jefe de la campaña de Donald Trump, quienes usaron estos datos para poder facilitar su acceso y aprobación por sectores de población que compartieran sus gustos políticos amoldando sus planes de gobierno para el gusto de esas personas, asimismo influyeron en esta firma personajes como el multimillonario Robert Mercer, quien desde un inicio invirtiendo \$ 15 millones de dólares, tenía por objetivo poseer una herramienta que permitiera conocer a los votantes e influir en sus decisiones, y Alexander Nix, quien es jefe de la consultora en mención, experto en mercadotecnia de los comportamientos Strategic Communication Laboratories (SLC).

Ante lo cual se ha expuesto el objetivo principal de la consultora, que era persuadir y sugerir a la población mediante la propagación de “noticias falsas” según tus gustos, para ganar su aprobación en elecciones, lo que es fácil teniendo información de tests realizados; pero no satisfechos con ello la consultora se ve envuelta en delitos de sobornos a políticos según videos de cámaras escondidas proporcionadas por la UE (Unión Europea), con lo que su mercado no solo era E.E.U.U. sino que se expandió a gran Parte de Europa y otros países de América Latina.

Ante lo sucedido el creador de la Plataforma digital Facebook, Mark Zuckerberg, el 21 de Marzo del presente año dio declaraciones, del bloqueo total que tiene la consultora

con la aplicación social, además de que se encuentran desarrollando nuevos algoritmos de protección de datos para la calma y confianza de los usuarios; sin embargo las acciones legales ya se hicieron notar, puesto que la Comisión Federal de Comercio de EE.UU. se encuentra investigando a Facebook, por haber infringido el acuerdo de “Escudo de Privacidad” (Privacy Shield), que regula las transferencias de datos entre la Unión Europea y EE.UU. y por los actos injustos que realizó la firma al violar el Acta de la Agencia.

El haber transgredido el acuerdo de términos del contrato de consentimiento de usuarios para brindar su información personal, podría conllevarle a Facebook una multa de hasta \$ 40 mil millones de dólares por violación a este acuerdo de confidencialidad con los usuarios, lo que por si no fuera poco en las últimas semanas luego de brotado este escándalo se suma que Facebook cayo más de un 7% en la sesión de Wall Street, lo que se explica por el miedo de los inversores a que la aplicación pierda usuarios y a que los países inmersos en este escándalo y otros influyentes aprueben políticas más rigurosas para proteger la privacidad del consumidor, las pérdidas se estiman en poco más de \$ 40 mil Millones de Dólares, lo que no solo afectó a la red social, sino que repercutó una cadena de pérdidas a otras compañías como Amazon y Netflix, entre otras.

En Perú la regulación de estos datos personales se encuentra albergada por la Ley N° 29733 “Ley de protección de datos personales”, que en su artículo 17°, sobre confidencialidad de datos personales, señala que el titular del banco de datos personales y/o encargado, están obligados a guardar la confidencialidad respecto a estos, incluso luego de finalizado su vínculo plataforma-usuario; de lo cual la información del usuario solo será revelada previo consentimiento expreso e inequívoco de este, salvo razones fundadas a la defensa nacional o seguridad pública, sin perjuicio del derecho a guardar el secreto profesional. Sin embargo tan igual como en otras naciones tenemos dolencias o falta de regulación para impedir la transacción de la data que pueda albergar una plataforma digital y ponga está a disposición de alguna entidad privada o pública, con lo que surge un comercio transgrediendo la privacidad personal de a cuantos es impartida nuestra información personal, ello sin atender los fines y usos que se le da a la información recabada por estas plataformas digitales.

Fuentes:

- Diario Tecnológico “El Tiempo”.
- Diario Español “El País”.
- Diario “Gestión” Perú.
- Artículo de “El Financiero Bloomberg” Noticiero México.
- Artículo de “Noticiero Televisa” México.
- Ley de protección de datos personales, LEY N° 29733.

***Artículo publicado el 30/03/2018**