

El peligro de las redes sociales para la democracia, la privacidad y la intimidad personal

Enrique E. Batista J., Ph. D.

¿Elecciones sin riesgos de manipulación perversa por medio de las redes sociales?

La democracia, y con ella muchos de los fundamentos mismos del Estado Social de Derecho, están en riesgo. En Internet se han creado espacios con los que con facilidad se pueden vulnerar derechos fundamentales como la intimidad, la integridad personal, la libertad de expresión e información, la honra, el ejercicio democrático de la ciudadanía, y dentro de éste el derecho a elegir libremente y a ser elegido.

Más asustador, con perfiles elaborados con base en los datos personales que circulan en Internet, con o sin nuestro conocimiento o consentimiento, se pueden controlar nuestros estados de ánimo y, demostrado está, influir en por quién votamos en unas elecciones. También ha sido posible crear sentimientos de temor y odio, contrarios al bien humano más altruista que pone las bases de la civilidad en la inclusión, la aceptación de las diferencias, la solidaridad y el comportamiento pacífico.

En el ciberespacio entregamos con suma facilidad el inalienable derecho a la privacidad y facilitamos el lavado cerebral que se da con los perfiles de consumidores, orientación política o ideológica que se construyen con la inmensísima cantidad de información que dejamos cuando navegamos en Internet, usamos la TV o paseamos aquí y allá con celulares y otros dispositivos móviles.

No estamos en control de nuestros propios datos personales. Datos que son uno de los bienes más cotizados y al mismo tiempo más baratos para quienes los recolectan, pues se almacenan, se movilizan y se intercambian en grandes cantidades. Los datos están en todas partes: motores de búsqueda, servicios financieros, organismos gubernamentales y redes sociales, y más, información que con mucha frecuencia se transforma en productos comerciales para ser vendidos u ofrecidos como servicio a empresas y negocios que quieren anunciarse de manera más precisa y efectiva.

No todo es bueno en las redes sociales ni en las aplicaciones gratuitas (APPS) que libremente y de manera despreocupada bajamos, por ejemplo, de las tiendas de *Apple* y de *Windows*. Hay que recordar la muy reiterada sentencia en Internet: “Si un servicio es gratuito, usted deja de ser un cliente y se convierte en un producto”, producto que se venderá por miles a empresarios en el mundo. El precio que pagamos es muy alto, altísimo. Facebook en 2017 tenía más de seis millones de anunciadores.

Un adulto no puede alegar vicios en el consentimiento ya que las condiciones que nos imponen navegadores, buscadores, sitios webs y redes sociales, entre otros espacios en Internet, impulsan a aceptar, aun sin leer las condiciones de uso, condiciones en las que entregamos el derecho para que se acceda a nuestra información más valiosa, y en donde renunciamos a la privacidad y al derecho soberano a que la información personal sea propiedad de uno y de nadie más.

Con nuestros datos personales, usualmente bajo abuso y apoyados en la lasitud nuestra se ha construido una turbia economía digital. La canciller de Alemania Ángela Merkel ha reclamado, a raíz de reciente escándalo del negocio de perfiles de suscriptores de Facebook, la necesidad de reivindicar el derecho soberano de cada uno de nosotros a sus datos o información personal.

Puede que tal o cual red social parezca en apariencia gratuita, pero en realidad no lo es, el precio que pagamos por usarla es nuestra valiosa y soberana información personal. Información que se convierte en mercancía para fines comerciales, ideológicos o políticos. Es mucha la información que entregamos voluntariamente, y también se obtiene sin nuestro conocimiento, sobre cada uno de nosotros. Asuntos como con quiénes interactuamos, quiénes son nuestros contactos con la información de cada uno de ellos, fotos, videos subidos por uno mismo o por otros de manera inconsulta o no (no importa si fueron borrados), documentos, imágenes, viajes, estado civil, tarjetas de créditos, cuánto tiempo pasamos en un sitio web, nuestros lugares favoritos en el mundo físico y en el ciberespacial, dónde residimos y trabajamos. Esto es poco de todo lo que los mercaderes ciber espaciales saben de nosotros. Facebook ganó en 2016 US\$9509 millones, casi el doble que en 2015; en 2017

sus ganancias subieron a más de US\$ 16.000 (los ingresos fueron de US\$40.650 millones). Es la red social más grande con más de 2000 millones de suscriptores. Prefiero la expresión “suscriptor” más que “usuario”, ya que como se ve somos más bien “usados” sin piedad). (<http://www.pulso.cl/empresas-mercados/ingresos-facebook-aumentaron-casi-doble-2017-gracias-la-publicidad-movil/>) . Con razón al director y cofundador de la red social lo llaman el *rey Midas de las redes sociales*. Hoy el sexto hombre más rico del mundo con la fortuna que crece más aceleradamente.

El Parlamento de la Unión Europea aprobó en 2016, para aplicación por sus países en dos años, reglas de protección de datos en donde cada ciudadano tiene el control de los suyos. Se destacan en las reglas los siguientes aspectos que configuran un primer paso en la búsqueda de nuestra protección tan asaltada por nuevos piratas ciberespaciales, hackers o grandes empresas: el derecho al “olvido” con la rectificación o supresión de datos personales, la necesidad de un “consentimiento claro y afirmativo”, la “portabilidad” o el derecho a trasladar los datos de un proveedor de servicios a otro, el derecho a ser informado si los datos personales han sido pirateados y, muy, muy importante un lenguaje claro y comprensible sobre las cláusulas de privacidad. (<http://www.europarl.europa.eu/news/es/press-room/20160407IPR21776/reforma-de-la-proteccion-de-datos-nuevas-reglas-adaptadas-a-la-era-digital>).

Como es bien sabido la empresa inglesa, *Cambridge Analytica*, fundada por un exasesor del presidente Trump, tuvo acceso a millones de datos personales de suscriptores a Facebook; esta red social ya había sido acusada de engañar a los consumidores por compartir con terceras partes más información de la autorizada a pesar de haber adquirido el compromiso de solicitar el consentimiento de sus suscriptores antes de variar los términos de privacidad. Nuestra información personal es compilada y analizada y esta empresa, o aquellas a las que le ofrece servicios, venden nuestros perfiles a muchas otras

de la más variada índole para sus fines comerciales o de organizaciones partidistas en política.

Se vendieron los datos de 126 millones de suscriptores de Facebook (se dijo inicialmente que eran 50 millones, después se amplió la cifra a 87, para llegar ahora a los 126, que podrían ser más, mucho más con imposibilidad de saberlo) usados, según señalan las fuentes, en la elección presidencial de Estados Unidos. Más grave es que se ha señalado que el presidente ejecutivo (CEO) de Facebook sabía del robo y ocultó el hecho. El martes y miércoles de la semana pasada declaró ante el Congreso de los Estados Unidos, el cual busca establecer si hubo colusión.

La comparecencia ante el Congreso se centró, entre otros aspectos, en el derecho a la privacidad y qué tanto se puede ceder bajo el lema de Facebook de "*Hacer que el mundo esté más unido*". Reconoció el señor Zuckerberg que no sabe si los datos están ahora en manos de organizaciones rusas. El senador John Tunde le recordó que tiene la obligación, como CEO de Facebook, de evitar que el sueño americano se convierta en una pesadilla para la privacidad. Reconoció el CEO que los términos de privacidad son muy confusos y que muy pocas personas los leen. Se expresó en el Senado la necesidad de una ley de protección de datos, así como de la integridad de las elecciones en el mundo, y también hacer a Facebook responsable de su papel. Debido a reiteradas excusas del CEO en el pasado se apuntó que si lleva 14 años pidiendo excusas, por qué habrá que creerle ahora para que garantice el derecho a la privacidad y evitar las interferencias y la desinformación con estrategias de desinformación basadas en la circulación masiva de *fake news* (postverdad) (<https://www.nytimes.com/2018/04/10/us/politics/mark-zuckerberg-testimony.html>) . Se sabe que los datos personales que compiló *Cambridge Analytica* no pueden ser destruidos por esta empresa ya que también los pueden tener otras organizaciones.

En este contexto hay que recordar las elecciones recientes en Francia, Italia, Chile, Costa Rica y las próximas en Brasil, México, India, y los Estados Unidos. Y también las de Colombia este año y el próximo, en donde partes interesadas pueden promover por las redes sociales ataques a los procesos electorales limpios basados en posverdades, confusión de los ciudadanos y discursos de temor y odio. Se analiza hoy en la Argentina las posibilidades de influencias de

esta clase de trama o complot anti democrático en las últimas elecciones en ese país.

Todos debemos saber también que se nos puede espiar a través de un TV, de un celular o de un dispositivo móvil (<https://www.lanacion.com.ar/2097413-el-juego-que-tenes-en-tu-smartphone-podria-estar-espiandote-para-saber-que-ves-en-la-tele>). En efecto, un número grande de aplicativos (APPS) bajados de las tiendas de Apple y Google Play permiten establecer, sin nuestro conocimiento o aprobación, las preferencias de programas de televisión, películas que se ven, si la vemos en la casa propia o no, los comerciales a los que prestamos atención, y mucha más información, que es recolectada con el fin de venderla. Así, crean perfiles que nos vuelven cautivos y habituados a los empresarios y a sus productos (incluidos también equipos de fútbol, de los campeonatos y de sus figuras más comerciales). Cuidado especial hay que prestar a los APPS en que se solicita autorización para acceder al micrófono del celular y a nuestra localización vía el GPS. La empresa Vizio, fabricante de Smart TV, pagó US\$2,2 millones por recoger y vender datos de uso de TV con conexión a Internet sin que las personas estuvieran al tanto o consintieran. La empresa con la expresión ambigua de *Interactividad Inteligente* (*Smart Interactivity*) engañaba a sus clientes y convertía la gran cantidad de datos que ilegalmente recopilaba, violentando la privacidad e intimidad personal, en mercancía que vendía a otras empresas. (<http://www.telam.com.ar/notas/201702/179074-multan-a-una-fabricante-estadounidense-de-smart-tv-por-espiar-a-sus-clientes-y-comercializar-sus-datos.html>).

Su *Smart TV* puede comunicarse, sin usted saberlo, con su *Smart Phone* u otros dispositivos móviles. Recordemos que *Smart* del inglés no sólo traduce “*inteligente*” sino también, *sagaz*, *ladino*, *astuto* y hasta *artero* para tomar por asalto la privacidad de tantos incautos, sorprendidos y orgullosos portadores de caros y elegantes *Smartphones* y *Smart TV*. Con satisfacción los llevamos con nosotros entregando nuestra privacidad, intimidad e información personal de diversa índole a los mejores postores en el mercado ciber espacial.

Es tiempo de hacer algo. Los maestros en las escuelas y los padres en el hogar deben formar en la naturaleza de estos peligros y en no aceptar condiciones

de manera automática cuando se bajan *APPS* de las tiendas o cuando se instalan programas de software.

Tal vez es la oportunidad para cancelar la suscripción a Facebook hasta cuando nos garantice que somos los únicos dueños de nuestros datos personales. Para quienes lo deseen hacer pueden proceder como se señala en muchas páginas webs.

Pero, el CEO de Facebook dijo la semana pasada en su comparecencia ante el Congreso de los Estados Unidos que su empresa, recopila datos aun de quienes no son “usuarios” de esa red social. Si usted no tiene cuenta en Facebook no ha estado libre de la intromisión en su intimidad y si desea borrar la información suya que esa red social tiene de usted, debe en primer lugar iniciar sesión en la plataforma; o sea, paradoja inmensa, inscribirse en la red.

No somos “usuarios” de Facebook, sino usados y abusados. Somos, alrededor de todo el mundo, otro grupo de millones y millones de víctimas sin reparación.