

DIÁLOGO TRANSATLÁNTICO DE CONSUMO

Los representantes de los consumidores de la Unión Europea y de los Estados Unidos de América piden una mayor regulación y control para proteger la confidencialidad y la seguridad de los usuarios de las redes sociales

De acuerdo con el *Diálogo Transatlántico de Consumo* (TACD)¹ millones de usuarios de redes sociales están expuestos a falta de confidencialidad y de control sobre su información personal. El TACD aprobó una resolución en la cual se critica a los gobiernos de la UE y de EEUU por haber fracasado en la protección de la confidencialidad y por los abusos existentes en las prácticas de mercado de dichas redes. “Para millones de usuarios, las redes sociales representan un hogar virtual, que está siendo invadido por buscadores de datos personales y vendedores que intentan sacar provecho de la información que los usuarios no quieren compartir con desconocidos”, dijo Susan Grant, directora de la Consumers Federation of America (*Federación de Consumidores de América*) y miembro del Comité de Políticas de la Sociedad de la Información del TACD.

La propia CFA, junto con el Electronic Privacy Information Center – CFA (*Centro para la Confidencialidad de la Información Electrónica*), el Center for Digital Democracy (*Centro para la Democracia Digital*) o el US Public Interest Research Group (*Grupo Estadounidense de Investigación del Interés Público*), entre otros muchos, presentaron una reclamación a la US Federal Trade Commission (Comisión de Comercio Federal) de EE.UU. el pasado 5 de mayo sosteniendo que los últimos cambios en las políticas de *Facebook* reclasifican como “pública” la información de los usuarios que estaba anteriormente protegida, como los listados de amigos, información sobre el trabajo, sexo, región geográfica, preferencias literarias y de cine... por lo que los grupos manifestaron cierta inquietud sobre estas nuevas características de esta red

¹ El TACD es un foro de organizaciones de consumidores de la Unión Europea y de los Estados Unidos, que desarrolla recomendaciones sobre políticas de consumo a fin de promover los intereses de los consumidores en la elaboración de políticas en ambas regiones. CECU es miembro de la Junta Directiva del TACD.

social que hacen cada vez más difícil para los usuarios controlar de manera eficaz sus datos personales.

En julio de 2009, la VZBV (*Federación de Organizaciones de Consumidores Alemanas*) pidió a varias redes Sociales que firmaran una carta de compromiso para cesar las violaciones a la ley de protección de los consumidores de Alemania en sus condiciones de servicio y políticas de confidencialidad. *Facebook* introdujo cambios menores pero todavía no cumple con los estándares del acuerdo *Safe Harbor*² entre la Unión Europea y los Estados Unidos para la utilización de los datos personales o con la ley alemana, según afirma VZBV.

La resolución del TACD pide a los gobiernos y de la Unión Europea y de los Estados Unidos promulgar y hacer cumplir leyes que permitan, entre otras cosas:

- La prohibición de la cláusula que condiciona la utilización de la red social al acceso y uso de los datos personales, así como la utilización de dichos datos para fines de mercado sin el consentimiento del usuario.
- Exigir a las redes sociales que informen a los usuarios sobre la necesidad de proteger sus datos personales y las medidas que pueden tomar para hacerlo, cumpliendo con las peticiones de los usuarios de borrar o corregir su información personal.
- Exigir a las redes sociales que protejan los datos de los usuarios del uso no autorizado, responsabilizándoles en el caso de que un tercero acceda a la información personal sin el consentimiento de los usuarios o abuse de dichos datos.
- Limitar la información personal disponible para los proveedores de aplicaciones a lo exclusivamente necesario para su utilización.

Los miembros de TACD están especialmente preocupados por los jóvenes usuarios de las redes sociales. La demanda de resolución presentada a los

² *Safe Harbor* es un acuerdo que permite a las empresas americanas certificar que siguen las normas europeas en temas de protección de la privacidad y de la transferencia de datos personales de los residentes europeos.

gobiernos de Estados Unidos y de la Unión Europea para que se prohíba a las redes sociales dirigir publicidad a los menores de 16 años y utilizar prácticas de marketing online, un hecho que distintos estudios han demostrado que puede tener un impacto negativo en los usuarios, sobre todo niños, pudiendo, por ejemplo, contribuir a la obesidad infantil.

Para la resolución completa:

http://tacd.org/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=265&Itemid=40

Para anteriores resoluciones del TACD sobre el acuerdo *Safe Harbor*:

http://tacd.org/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=143&Itemid=40

http://tacd.org/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=163&Itemid=40