

# Tendències

És possible garantir la privacitat a la xarxa?

## Les meves dades són meves

La UE reforça les normes de protecció de la privacitat i crea el 'dret a l'oblit'

BEATRIZ NAVARRO  
Brussel·les. Corresponsal

Qui sap què de nosaltres? Podem demanar que una empresa ens oblidí? Com ens podem assegurar que el sistema destrueix el nostre historial de compres, el perfil de client, les fotos personals o els nostres comentaris...?

En el futur, un nou principi respondrà als molts interrogants que es plantegen en l'era digital davant la immensa quantitat de dades personals que manipulen les empreses: "Les meves dades són meves". És el leitmotiv de les propostes presentades ahir per la comissària europea de Justícia, Vivian Reding, decidida a tornar al ciutadà el control sobre les seves dades.

La legislació, insisteixen, no pretén demonitzar les xarxes socials ni complicar la vida a les empreses que emmagatzemen dades personals, cada vegada més amb la intenció d'oferir productes més personalitzats als seus clients. La mateixa Reding va publicar les seves propostes des del seu perfil de Twitter: "Deixem una marca digital amb cada pas que fem. Calen lleis de protecció de dades sòlides per a aquest nou món feliç de les dades".

El dret a l'oblit és una de les novetats que incorporen les propostes legislatives de la Comissió Europea. Si tiren endavant, les xarxes socials i qualsevol empresa

que emmagatzemi dades personals estarà obligada per llei a esborrar-les de seguida i completament si el titular ho sol·licita.

"Les dades pertanyen a les persones i si un usuari vol retirar del servei dades que ha posat, ho hauria de poder fer", va argumentar Reding, que creu que d'aquesta manera els europeus confiaran més en internet. La normativa preveu excepcions per exemple per als arxius en línia dels mitjans de comunicació. A més, instaura el dret a la portabilitat de les da-

### EMPREMTES A LA XARXA

**"Deixem una marca digital amb cada pas que fem", adverteix la comissària Reding**

### UN SECTOR EN AUGE

**Les notícies personals són el "petroli del segle XXI" tot i que els titulars no ho sàpiguen**

des personals, cosa que hauria de permetre demanar a una empresa que transfereixi a una altra tota la nostra informació.

Algunes companyies, com Facebook o Twitter, han acabat per oferir als seus usuaris la possibilitat d'esborrar definitivament la informació passat un termini de temps. Amb la proposta legislativa presentada ahir, ho hauran

de fer "de forma immediata i completa" si el titular del compte ho sol·licita explícitament.

"La càrrega de la prova recaurà sobre l'empresa i no sobre l'usuari", expliquen fonts comunitàries. Però l'aplicació pràctica del dret a l'oblit no serà fàcil, adverteixen diferents fonts del sector tecnològic. Part de la informació (per exemple, fotos o textos) pot haver estat captada per terceres parts sobre les quals no es té control.

A més, les noves normes afectaran no només les xarxes socials, sinó qualsevol empresa que manipuli dades personals, fet que les obligarà a revisar la seva manera de treballar per assegurar-se que compleixen la llei. Sobre elles, i no sobre l'usuari, recaurà d'ara endavant la càrrega de la prova. I en cas que hi hagi un problema de seguretat, l'hauran de notificar immediatament als afectats i a les autoritats si opt ser abans que passin vint-i-quatre hores.

Les empreses que violin la legislació s'exposen a ser sancionades amb multes que poden assolir el dos per cent de la seva facturació anual, amb un límit d'un milió d'euros. Per no perjudicar les pimes, Brussel·les proposa de deslliurar les empreses de menys de 250 empleats de l'obligació de nomenar un responsable de protecció de dades; estarà encarregat de vetllar tant per la informació de tercers com de la dels seus treballadors.

"La proposta de la Comissió imposa massa regles sobre com



## Satisfacció en els reguladors

■ En una primera anàlisi, l'Agència Espanyola de Protecció de Dades (AEPD) va considerar ahir positives i satisfactòries les propostes presentades per la Comissió Europea, perquè "són un pas endavant per reforçar les garanties en matèria de privacitat i drets".

Respecte al dret a l'oblit, l'AEPD "acull amb molta satisfacció que es reculli i es reconegui" i va recordar que aquest organisme "defensa aquest dret a l'oblit,

que considera necessari el dret dels ciutadans a decidir sobre l'ús de les seves dades també a internet i així l'ha estat emparant davant les grans corporacions que ofereixen serveis" a la xarxa "malgrat la resistència que han pogut mostrar".

El Grup de Treball de l'Article 29, que engloba les Autoritats Europees de Protecció de Dades, també va valorar de forma positiva les propostes europees.

BARCELONA Redacció

A l'última memòria presentada per l'Agència Espanyola de Protecció de Dades (AEPD), corresponent a l'exercici del 2010, es recull una xifra que revela la preocupació creixent per la privacitat a internet. En aquest període, aquest organisme regulador va rebre 89 sol·licituds de cancel·lació i oposició (conegut com dret a l'oblit) per la inclusió d'informació personal en edicions digitals de butlletins oficials, mitjans de comunicació, sentències i cercadors d'Internet, que representa un 56% més que durant el 2009.

Creixen les sol·licituds d'usuaris que volen esborrar el seu rastre a la xarxa

## Que m'oblidin!

L'agència va resoldre 110 peticions de tutela per aquesta raó, de les quals 98 es referien a cercadors i -per quota de mercat, majoritàriament a Google- el 75,5% de les sol·licituds de dret a no aparèixer a internet van ser favorables als reclamants.

Google va ser investigada d'ofici pel servei Street View, que fotografia els carrers, mentre que xarxes socials com Facebook i

Myspace també van ser escrutades per pretesa transmissió de dades i perfils a anunciant i altres empreses. L'AEPD va requerir informació a Sony i Nintendo l'any passat per esclertes de seguretat a les bases de dades de les seves clientes que van ser vulnerades per atacs informàtics de tercers.

L'informe va constatar que existeix una tendència creixent

de petició de tutela en relació amb les xarxes socials, un augment del 29%, per la difusió de fotografies i llistes de persones, suplantació d'identitat i cancel·lació de dades.

El 2010, l'agència va rebre 104.826 consultes ciutadanes, un 8,2% més que un any abans, i va obrir 4.302 investigacions per denúncies de particulars i per iniciativa pròpia, la qual co-

sa suposa un 4% més que el 2009. També es van presentar 1.643 sol·licituds de tutela de drets d'accés, rectificació, cancel·lació i oposició, un 12,65% menys a causa de la pràctica desaparició de peticions sobre partides de baptisme arran d'una sentència del Suprem.

La majoria de les tuteles resoltes (1.830) ho van ser per dret a l'oblit, cancel·lació de dades en fitxers de morositat, accés a l'historial clínic d'un familiar mort i a dades sanitàries completes. El major nombre d'investigacions va correspondre a telecomunicacions (1.170) i videovigilància (819).●

**LA DIMENSIÓ D'INTERNET****Un món digital**

El 1993 només un 1% de la informació enviada a distància circulava per internet; avui dia ho fa el 97%

**Temors ampliat**

A un 72% dels europeus el seva política de privacitat de preocupa l'ús que les empreses puguin fer de les seves dades personals, segons la CE

**Revisió de les normes**

La Comissió Europea proposa d'actualitzar les normes sobre protecció de dades, gestades a l'era preinternet'

**Multes**

A les empreses que no respectin la normativa se les podrà castigar amb multes de fins al 2% de la seva facturació, amb un milió màxim



GETTY IMAGES

*El cercador canvia la política de privacitat i en tots els serveis creuarà les dades de cada usuari "per saber-ne més coses i ser-li d'ajuda"*

# Google sap on ets, la teva agenda i...

**FRANCESC BRACERO**  
Barcelona

Si no t'està bé, posa-t'hi fulles. Google unificarà ben aviat tota la seva política de privacitat de manera que la gran majoria dels seus serveis gratuïts creuaran les dades que tenen sobre cada usuari per "saber-ne més coses" i ser-li "de molta més ajuda", segons va anunciar ahir Alma Whitten, directora de privacitat, productes i enginyeria de Google. A partir de l'1 de març, qualsevol activitat de l'usuari relacionada amb Google, com el correu Gmail, les recerques d'internet o Maps, es registraran i s'emmagatzemaran a nom d'un sol compte. La companyia ho farà servir per oferir publicitat i recerques personalitzades a cada persona.

Un dels exemples que va triar ahir Google per explicar aquesta nova política resulta molt gràfic: "Et podem enviar recordatoris del fet que arribaràs tard a una reunió a partir de la ubicació en què et trobis, de la teva agenda i de les condicions de trànsit d'aquell dia".

Google justifica els canvis en les seves condicions de privacitat per temes de simplificació. A partir del març quedaran unificades 60 polítiques de privacitat corresponents als seus serveis. La companyia tindrà moltes dades de l'usuari, com les consultes que fa en una recerca, el número de telèfon, dades sobre les trucades, els SMS o l'adreça IP (que identifica cada dispositiu connectat a internet).

Als serveis de Google relacionats amb la ubicació física, com Google Maps o Google Earth, la companyia podrà recollir i tractar les dades sobre la localització de l'usuari a partir del GPS del telèfon.

La companyia assegura que no vendrà dades dels usuaris ni les compartirà amb tercers, i que, suposant que pretengui fer-ho, demanarà un consentiment exprés als interessats. Malgrat això, sí que proporcionarà dades d'aquells que fan servir els seus serveis a les seves filials o "a organitzacions i altres tercers de confiança perquè duguin a terme el seu tractament per compte de Google". A més les compartirà amb tercers si considera "de bona fe que hi ha una necessitat raonable d'accedir a les dades esmentades" o bé utilitzar-les i revelar-les en qüestions relacionades amb la legislació, investigacions oficials o seguretat. Com explica Google que

farà servir totes aquestes dades?

Quan creui tota la informació que ha recollit d'un mateix usuari a partir de diferents serveis, en podrà conèixer i deduir els interessos per oferir-li el que consideri que li pot semblar atractiu en forma de publicitat i de resultats de les recerques.

Només hi ha tres serveis als quals no serà aplicable la nova política general de publicitat de

Google: el navegador Chrome, la cartera electrònica Wallet i el servei Llibres.

Qui no vulgui acceptar la nova política de Google podrà el seu compte. La companyia va integrar fa poc als resultats del seu cercador l'activitat dels qui ja tenen un compte a la seva xarxa social Google+, a la qual prioritza en els resultats per davant d'altres xarxes com Facebook o

les empreses han de recopilar, emmagatzemar i manipular la informació", va criticar Business Software Alliance, la patronal del sector tecnològic a la qual estan associades Microsoft, Adobe o McAfee, entre d'altres.

"Les empreses no s'atreveixen a dir-ho perquè és un tema molt sensible políticament, però estan molt preocupades per les conseqüències" de les propostes de Reding, explica des de Berlín l'advocat Niko Härting. Segons el seu parer, les propostes no facilitaràn la vida a les empreses, com assegura Brussel·les (afirma que s'estalviaran 2.300 milions d'euros a l'any en burocràcia).

"Tenir el consentiment de l'usuari no serà l'excepció sinó la regla, també per a Facebook o Twitter, encara que es dirigeixin a un nombre indeterminat de persones", explica el consultor legal de Härting, que creu que la proposta és més pròpia del segle XX que del XXI. "Serà difícil utilitzar fins i tot la informació que l'usuari vol que fem servir", assegura, preocupat pel desconeixement de la Comissió de com la gent es comunica i comparteix informació actualment.

El cas de Max Schrems, l'estudiant austríac que va forçar Facebook a reforçar les seves normes de privacitat, ha cridat l'atenció de les autoritats comunitàries. Usuari àvid de les xarxes socials, un bon dia va decidir fer ús dels seus drets i va demanar a Facebook que li enviés una còpia

de tota la informació que emmagatzemava sobre ell.

Per a la seva sorpresa, va rebre un CD amb més de mil pàgines amb informació sobre els seus contactes, converses, fotos... i també dades, rastres, que ell mateix havia esborrat continuen emmagatzemades a la seva base de dades. Schrems va detectar més possibles irregularitats i va interposar una queixa formal, a la qual finalment Facebook va respondre fa un mes anunciant canvis en la seva política de privacitat.

Reding va destacar que amb la futura normativa, aquest estudiant austríac de 24 anys no s'hauria hagut de posar en contacte personalment amb el regulador de protecció de dades d'Irlanda, seu legal de Facebook a Europa, per interposar la queixa. D'ara endavant, seran les agències nacionals de protecció de dades les encarregades de gestionar els conflictes transfronterers.

L'emmagatzemament i anàlisi de dades personals és un sector que no coneix la crisi. Creix a un ritme del 40% anual i els experts el coneixen com "el petroli del segle XXI", encara que els seus titulars no ho sàpiguen. Reding sembla decidida a batallar amb els ministres de Justícia i l'Eurocambra per assegurar-se que el nou or negre no s'escapa del control dels seus propietaris. ●

HEU ESTAT PERJUDICATS PER ABUSOS D'INFORMACIÓ PERSONAL A INTERNET? [www.lavanguardia.com/participacion](http://www.lavanguardia.com/participacion)



AFF

**Reding va presentar ahir a Brussel·les la reforma per a l'era 2.0**

## El difícil control de dades pròpies

**GOOGLE**

La privacitat es pot administrar al panell de control de Google, i encara que s'ha de buscar entre les opcions, és possible tancar el compte i suprimir els serveis associats

**FACEBOOK**

Des de la seva creació, Facebook ha millorat la privacitat, però continua sent difícil sortir-ne. L'enllaç per tancar el compte per sempre és [https://www.facebook.com/help/contact.php?show\\_form=delete\\_account](https://www.facebook.com/help/contact.php?show_form=delete_account)

**TWITTER**

La configuració de privacitat a Twitter és la més senzilla. La cancel·lació del compte apareix al final de la primera pàgina i la xarxa social dona 30 dies de termini per penedir-se'n

Twitter, que han creat una eina de software per desafiar aquesta nova política amb la inclusió dels resultats de les xarxes alternatives a les de Google.

Aquest moviment de Google té per objecte crear un ecosistema en què cada usuari sigui perfectament identificable. Amb serveis d'ús massiu com Gmail, els telèfons Android o Google Maps, la companyia obtindrà informació més valuosa del que pot oferir de franc als seus usuaris, ja que relacionarà tot el que sap de cada un d'ells.

L'anunci de Google va causar un gran enrenou a la xarxa, en què milers d'usuaris van expressar preocupació pel control omnímode de Google sobre l'activitat dels que utilitzin els seus serveis. L'Agència Espanyola de Protecció de Dades va considerar ahir que "en moltes ocasions les empreses que presten serveis a través d'internet llancen serveis o modificacions d'aquests amb implicacions en matèria de privacitat sense informar detalladament del contingut i de les conseqüències en matèria de privacitat les autoritats de protecció de dades".

Per això, analitzarà "escrupolosament" les noves condicions unilaterals de Google. ●