

# Asociación de Internautas



De bajar la voz al hablar de política a gritar #ConMisDatosNO

## De bajar la voz al hablar de política a gritar #ConMisDatosNO

---

Hasta no hace mucho, en Pamplona, cuando querías hablar de política, un extraño y familiar mecanismo interno automático hacía que bajaras la voz hasta límites insospechados, evitando que otros oídos cercanos pudieran escuchar tus opiniones. Así, cuando llegué a Madrid hace 18 años, descubrí que ese mecanismo sólo debía funcionar en el norte y que, si me lo proponía, podía desactivarlo. Me sorprendía el modo en el que la gente compartía conversaciones sobre política, en voz alta. Sobre todo, cuando las opiniones eran dispares. Una razón más para sentirme a gusto en esta tierra acogedora.

---

En estos años las cosas han cambiado de tal manera que, ahora, no sólo se habla de política en voz alta en corrillos de amigos, sino que hemos pasado a gritarlo a los cuatro vientos a través de las redes sociales. Los hay que están todo el día hablando del tema, alabando a su partido predilecto y echando pestes sobre las actuaciones de los demás. Los hay que, sin decir nada expresamente, dejan entrever sus opciones políticas a través de comentarios más sutiles pero evidentes para cualquier buen entendedor. Los menos son aquellos que se limitan a hablar del tiempo y de las mariposas.

Está claro que, en cualquier caso, todos somos libres de decidir si queremos aportar nuestra opinión al debate público político. Y eso, personalmente, me parece fantástico. Con lo que no contábamos era con las consecuencias de hacer públicas nuestras opiniones.

Todos somos libres de decidir si queremos aportar nuestra opinión. Con lo que no contábamos era con las consecuencias de hacer públicas nuestras opiniones

El subidón que provoca disponer de un altavoz compensa la posibilidad de perder un trabajo o un cliente al que no le gusta tu opción política. Muchos son conscientes de ello, aunque la mayoría sigue sin percatarse de lo que significa la huella digital, a todos los niveles. Además, están las posibles disputas que se pueden generar con amigos y conocidos, muchas de ellas en público. Hasta ahí son riesgos limitados y asumibles por cualquiera que opta por dar su opinión, intentando, siempre, sumar más adeptos a su causa. La que sea.

Sin embargo, las consecuencias van mucho más allá de lo que podíamos imaginar mientras estábamos en un guindo con el móvil en la mano. Mentes pensantes estaban ideando el modo de utilizar toda esa información que regalamos a las redes, para modificar nuestras ideas, manipularnos para lograr que votemos a una opción política que probablemente no sea la que nos convenga, individualmente y como sociedad. Esto es lo que pasó con **Trump** y el tristemente ya famoso Cambridge Analytica, que logró cambiar la intención de voto de millones de estadounidenses a través de mensajes personalizados, hechos a medida de cada uno de los votantes, tocándoles la fibra sensible, haciéndoles creer que Trump era la solución a sus problemas.

Y así, y a pesar del escándalo que se formó tras conocerse estas prácticas, el Sr. Trump sigue presidiendo uno de los países más importantes del mundo. Con el flequillo en su sitio. Pero EEUU no es el único caso. La manipulación de la población a través de información falseada es ya un hecho global y lo más grave es que, una vez demostrado el éxito de estas campañas de

desinformación, será muy difícil que dejen de hacerlo. Nunca fue tan importante acudir a la fuente para verificar una noticia como lo es ahora, pero ese es tema para otro artículo.

Las consecuencias van mucho más allá de lo que podíamos imaginar mientras estábamos en un guindo con el móvil en la mano

Volviendo a España y con las elecciones a la vuelta de la esquina, la cosa está que arde. Mientras los políticos se afanan en dar lo mejor de sí mismos o, mejor dicho, en dar lo peor de los demás, y la sociedad espera ansiosa que llegue la fecha de ir a votar, los juristas que nos dedicamos al derecho digital y a la protección de datos estamos más atentos a otros menesteres que pasan bastante desapercibidos. Y es que, desde que se aprobó la nueva Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, [polémica por diferentes razones](#), se ha llamado la atención, desde diferentes foros jurídicos, acerca del peligro que conlleva una de sus Disposiciones Finales, que añade un nuevo artículo 58 bis a la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (LOREG), en el que se establece:

“1. La recopilación de datos personales relativos a las opiniones políticas de las personas que lleven a cabo los partidos políticos en el marco de sus actividades electorales se encontrará amparada en el interés público únicamente cuando se ofrezcan garantías adecuadas.

2. Los partidos políticos, coaliciones y agrupaciones electorales podrán utilizar datos personales obtenidos en páginas web y otras fuentes de acceso público para la realización de actividades políticas durante el periodo electoral.

Tras la aprobación de este nuevo artículo, el miedo a sufrir un Cambridge Analytica a la española hizo que los juristas pusiéramos el grito en el cielo

En otras palabras, se permite a los partidos políticos rastrear la red y estudiarnos para conocer nuestra ideología. El límite está en las “garantías adecuadas” que han de ofrecer y que, por genérico, da bastante vértigo, máxime teniendo en cuenta que las opiniones políticas se consideran datos personales especialmente protegidos. Ante la aprobación de este nuevo artículo, el miedo a sufrir un Cambridge Analytica a la española hizo que los juristas pusiéramos el grito en el cielo.

Además, el mismo artículo continúa:

3. El envío de propaganda electoral por medios electrónicos o sistemas de mensajería y la contratación de propaganda electoral en redes sociales o medios equivalentes no tendrán la consideración de actividad o comunicación comercial.”

Es decir, los partidos políticos tienen barra libre para enviarnos publicidad por vía electrónica, cosa que el resto no podemos hacer sin el consentimiento previo del usuario. ¿Por qué se les permite el spam político?

Ante el clamor de los juristas y otros colectivos sociales, la Agencia Española de Protección de Datos publicó este 11 de marzo, a través del [BOE](#), una Circular intentando aclarar cuáles deben ser las garantías adecuadas que han de aportar los partidos políticos para la recopilación y uso de esa información, teniendo en cuenta que, sin esas garantías, nuestros derechos y libertades podrían correr un alto riesgo difícilmente mitigable.

No evitaremos que los partidos nos perfilen dentro de tal o cual ideología, pero podremos advertirles de que no queremos su propaganda

Además, al día siguiente de la publicación de esta Circular, el 12 de marzo, el Tribunal Constitucional admitió el recurso de inconstitucionalidad presentado por el Defensor del Pueblo contra el mencionado artículo 58 bis de la LOREG, tras la solicitud que realizó un grupo de juristas expertos en protección de datos junto a varias asociaciones y ciudadanos que se sumaron a través de una [petición en Change.org](#). Ahora toca esperar a las alegaciones que deberán presentar el Congreso, el Senado y el Ministerio de Justicia tras personarse en la causa.

Mientras, en Europa, el Comité Europeo de Protección de datos, publica el 13 de marzo el [Statement 2/2019](#) sobre el uso de datos personales durante las campañas políticas, indicando una serie de puntos clave que han de ser respetados cuando los partidos políticos tratan datos personales en el curso de actividades electorales. Entre ellos, el punto 4, que indica que la elaboración de perfiles para el envío de mensajes personalizados de campaña -dado que puede suponer consecuencias significativas para el sujeto receptor- en principio sólo sería conforme a derecho si se realizara tras recabar el consentimiento explícito del sujeto. Por su parte, el punto 5, aclara que, en el caso del envío de dichos mensajes, el sujeto ha de recibir la correspondiente información sobre por qué está recibiendo ese mensaje, quién es el responsable del envío y cómo puede ejercer sus derechos sobre protección de datos.

Esta declaración del Comité Europeo de Protección de datos llega en un momento muy oportuno ya que puede aportar luz al Tribunal Constitucional en su decisión.

Mientras todo esto se resuelve, los ciudadanos tenemos una nueva herramienta para hacer presión, la recién lanzada [Lista Viernes](#), concebida, financiada y puesta en marcha por Secuoya Group -un grupo de especialistas en privacidad- como herramienta de cumplimiento del derecho de protección de datos personales al servicio de la ciudadanía y de los partidos políticos. La Lista Viernes pretende ser la hermana de la Lista Robinson (cuya inscripción evita que las empresas de marketing directo te remitan comunicaciones comerciales por vía electrónica) pero para las comunicaciones de propaganda electoral: “Si muchos reivindicamos nuestro derecho a que nos dejen en paz, los partidos políticos que quieran hacer bien las cosas no tendrán más remedio que tener en cuenta la Lista Viernes en sus actividades de propaganda. Todos los partidos tendrán acceso a un sistema que les permitirá borrar de sus bases de datos, los datos de quienes nos apuntamos a la Lista Viernes.”

No deja de ser una iniciativa privada que sin el apoyo mayoritario no servirá para nada, pero al menos es un nuevo altavoz para hacernos oír. No evitaremos que los partidos nos perfilen dentro de tal o cual ideología, pero podremos advertirles de que no queremos su propaganda.

Tenéis toda la información en su web. El registro es libre y gratuito. Yo ya lo he hecho.  
#ConMisDatosNO

**Artículo de Maite Sanz de Galdeano**, abogada especializada en Derecho Digital y nuevas tecnologías en [EL INDEPENDIENTE](#)

---

2019 ©Asociación de Internautas