



BUENAS PRÁCTICAS

Política de privacidad de Google

¿CÓMO SE COMPADECEN LA POLÍTICA DE PRIVACIDAD DE GOOGLE Y LOS PRINCIPIOS DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES?



Pedro Serrera Cobos
DIRECTOR DEL CENTRO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN
Fraternidad Muprespa

“en vivo” Earth, el sistema de mapas y planos Maps, el servidor de correo Gmail, el sitio para compartir las fotografías Picasa, el servidor de vídeos YouTube, y el propio buscador en sus distintas versiones: páginas, imágenes, directorio... (Ilega a sorprender el vasto universo de servicios que ha recopilado Google).

datos personales, denominado “**Puerto seguro**” (como otras 1.800 organizaciones más), el cual posibilita la transferencia internacional de datos personales, al ser considerado por la Unión Europea como que cumple un “nivel de protección adecuado”.

Quizás el asunto de la política de privacidad que más comentarios suscita es el que trata la **retención de datos personales** de los usuarios. En realidad, Google mantiene los siguientes datos a partir de las búsquedas que realizamos:

Dirección IP del usuario (dirección del ordenador).

Fecha y hora de la consulta.

La propia consulta realizada. Por ejemplo, si se buscó una película, un libro, un periódico o una página de Internet.

El tipo de navegador y el sistema operativo que se está utilizando.

Una cookie o identificador único para cada usuario, que permite correlacionar unas búsquedas con otras.

Está profusamente explicado en la literatura sobre protección de datos que la dirección IP de un navegante de Internet es un dato de carácter personal, y por tanto todos los demás datos almacenados por Google que se relacionan con la dirección IP, también

Vaya por delante que soy de la opinión de que el uso gratuito de cualquier recurso en

Internet debe generar una contraprestación de algún tipo y resultar onerosa en cierto modo para el usuario final. Lejos queda ya la época de la burbuja de las .com, durante la cual los modelos de negocio parecían sostenerse sobre promesas futuras de tráfico e ingresos virtuales asociados al mismo.

Sobre esta base, cabe analizar con cierta benevolencia la política de privacidad del buscador por antonomasia, que incluso supera las expectativas de los más críticos en la materia.

Esta política es común para todos los productos y servicios de Google; citamos como ejemplos significativos el navegador Chrome, la barra de herramientas de Google que se instala en el navegador de Internet, el atlas

Quizás el asunto de la política de privacidad que más comentarios suscita es el que trata la retención de datos personales de los usuarios

Sin embargo, y éste es el punto más débil de la política, los servicios de publicidad de Google (DoubleClick y Postini), no comparten la misma política de privacidad, sino que establecen otra evidentemente más favorable a los intereses empresariales de la corporación.

Google Inc. cumple con el estándar norteamericano de protección de



lo son, contribuyendo además la presencia de la cookie a reforzar esta capacidad de identificación unívoca del usuario.

Google mantiene estos datos durante 18 meses. El objetivo que persigue al preservar estos datos es mejorar los resultados de sus búsquedas, pues teóricamente se tienen en cuenta las búsquedas anteriores, que van conformando un perfil de intereses y preferencias de cada usuario.

Pero este modo de funcionamiento, que sobre el papel es muy atrayente, tiene escasa utilidad si el propio usuario no ha elegido usar el modo de "búsqueda personalizada" de Google, lo cual requiere crear una cuenta con usuario y contraseña.

Ahora bien, el análisis de los datos retenidos permite a Google ofrecer **publicidad adecuada al contexto** de la propia búsqueda. Y en el caso de Gmail -el servicio de correo electrónico de Google-, la técnica consiste en analizar los propios contenidos del correo electrónico para ofrecer publicidad deducida de estos contenidos. Evidentemente, este trabajo lo realizan procesos software con capacidad para analizar el contenido de millones de mensajes por minuto, y de nuevo, construir un perfil de los intereses y gustos de cada usuario.

De todas formas, si no se está de acuerdo con el periodo máximo de retención de los datos del usuario, la solución es muy sencilla y está en manos de cualquiera: eliminar las cookies del navegador de Internet. La próxima vez que se visite Google, no existirá ni rastro del historial de búsquedas precedentes, pues se ha eliminado el indicador que permite conectar todas las acciones de un mismo usuario.

En la línea de conceder **autonomía al usuario**, algunos productos de Google le permiten decidir qué datos desea compartir y

ceder, y cuáles no. Como ejemplo citaremos el servicio de Google de conversaciones en línea (chat) o el de almacenamiento y recuperación de los favoritos. Además en algunos servicios que de modo masivo rastrean el espacio público, Google permite que el usuario informe de un problema de privacidad y solicite la eliminación de una foto en concreto. Por ejemplo, en el servicio Google Street View, en la foto de mi casa aparece nuestro portero subido a una escalera podando el seto de la entrada. Google me permite

El análisis de los datos retenidos permite a Google ofrecer publicidad adecuada al contexto de la propia búsqueda

seleccionar el fragmento de la foto que deseo eliminar, y previa justificación sobre la privacidad del contenido, solicitar su borrado del sistema.

La política de privacidad de Google realmente explica qué procesos realiza con los datos, y en un lenguaje sencillo y claro. Establece, en relación al **consentimiento** de uso de los datos personales, que a los usuarios a los que se soliciten datos con motivo de un registro de usuario, en aquellos casos en que se pretenda utilizar estos datos con fines distintos de aquellos para los que se hayan recopilado, se le solicitará su consentimiento previo.

En relación a la **cesión de datos** personales a otras empresas, Google anuncia en su política de privacidad que sólo compartirá los datos

personales con otras empresas o particulares cuando cuente con el consentimiento del propio interesado. Sí podrá ceder o publicar datos "agregados", de naturaleza estadística, como el número de personas que han buscado un término o accedido a un anuncio patrocinado.

En cuanto a la **seguridad de sus datos**, Google garantiza que cumple con estrictas medidas de seguridad informática para proteger su principal activo, que es la información. Sobre este aspecto no tenemos la menor duda.

Y respecto del caballo de batalla, el **ejercicio de los derechos ARCO**, la política de privacidad es un tanto voluntarista, pues expone que "trataremos por todos los medios a nuestro alcance" de atender los derechos de acceso, rectificación y cancelación, lo cual descafeína el derecho que nuestro ordenamiento jurídico nos concede. En relación al coste de estos derechos, la política dispone que "*se prestará gratuitamente, excepto si se requiriera un esfuerzo desproporcionado*" (ya nos gustaría poder decir lo mismo en nuestra organización).

En definitiva, es considerable el esfuerzo que realiza Google a través de la política de privacidad para adaptarse a los requisitos de legislaciones más estrictas que la estadounidense, y particularmente la europea. Por supuesto que existe una brecha importante entre su declaración formal de intenciones y el resultado práctico que, a pesar de sus buenos esfuerzos, constatamos a veces. Pero, ¿qué es Internet, sino una red basada precisamente en un protocolo de comunicaciones "*best effort*", como es IP? ¿No estamos exigiendo mucho más a los proveedores de servicio que a la propia Red, sobre todo cuando alguien tiene que pagar la factura? ♦