Facebook pagará en EE UU una multa de 5.000 millones y deberá mejorar sus sistemas de protección de datos

Los reguladores imponen a Mark Zuckerberg nuevos requisitos de transparencia para garantizar la protección de la privacidad de sus usuarios

El expediente contra Facebook por violar sus propias políticas para la protección de los datos de sus usuarios se cierra en Estados Unidos con una doble sanción multimillonaria y una serie de medidas que buscan modificar la manera con la que la compañía prioriza la privacidad. El Departamento de Justicia bendice la multa de 5.000 millones de dólares (4.500 millones de euros) pactada previamente por la Comisión Federal de Comercio (FTC), a la que se suman 100 millones del regulador bursátil por ofrecer a los inversores información engañosa sobre los riesgos asociados a la fuga de datos en el caso Cambridge Analytica.

La multa es en respuesta a que Facebook violó una orden similar impuesta por la FTC hace siete años. La red social, por tanto, es reincidente y las nuevas restricciones que se anuncian tratan de impedir que una situación similar vuelva a repetirse. “Tendremos más poder para reprimir cualquier desvío”, asegura Joe Simons, presidente de la FTC. La agencia, explicó al defender el pacto, no cuenta con la autoridad para imponer una multa de esta magnitud. “Si hubiera ido a un tribunal”, añade, “la posibilidad de lograr algo así habría sido remota”.

La fuga de datos afectó a 87 millones de usuarios. El consejero delegado de Facebook, Mark Zuckerberg, tendrá que reportar a los reguladores las medidas que se están aplicando para proteger la privacidad de los usuarios y prevenir futuros abusos. La orden tiene una vigencia de 20 años e incluye la creación de un comité independiente sobre privacidad, que elimina el control total del fundador en estas decisiones.

Las nuevas medidas no se aplicarán solo a Facebook. Las aplicaciones WhatsApp, Instagram y Messenger también deberán atenerse a los términos de transparencia establecidos por la FTC así como futuros productos o servicios. En este sentido se indica que la compañía deberá realizar una “revisión de sus políticas de privacidad de cualquier producto, servicio o práctica” antes de que se apliquen. Las decisiones que se adopten deberán documentarse y serán revisadas por un asesor independiente que certificará que Facebook cumple.

El regulador bursátil insiste, por su parte, que las compañías cotizadas están obligadas a identificar los riegos materiales para su negocio y desclasificarlos de una forma precisa a los inversores, en lugar de presentarlos como escenarios hipotéticos. Facebook, señala la SEC, descubrió el problema en 2015 pero no adoptó medidas para corregir el problema hasta pasados más de dos años.

Durante ese tiempo, de acuerdo con el supervisor, se “reforzó la falsa impresión” de que no existían evidencias de que Cambridge Analytica hubiera hecho un uso indebido de los datos de los usuarios. “Cuando la compañía finalmente lo desclasificó en marzo de 2018”, añade, “el valor de la acción cayó”. También se reprocha a Facebook que no dispusiera en ese momento de políticas o procedimientos para informar al público.

Un cambio de cultura

La acción conjunta del Departamento de Justicia, de la FTC y de la SEC, insisten las tres agencias, no está diseñada solo para reprimir financieramente violaciones pasadas. “Lo más importante es que trata de cambiar la entera cultura de privacidad para reducir la posibilidad de que estas violaciones continúen”, insiste Simons, al tiempo que deja claro que Zuckerberg podrá ser objeto personalmente en el futuro de sanciones civiles e incluso penales si incumple la orden.

El pacto se anunció el mismo día en el que Facebook presenta los resultados del segundo trimestre. Redujo el beneficio a la mitad, a 2.620 millones de dólares, por unas cargas adicionales de 2.000 millones asociadas a la multa. En el primero ya provisionó 3.000 millones. Los ingresos crecieron casi un 30%, a 16.880 millones. También confirma que forma parte del examen de los reguladores de la competencia EE UU a las prácticas de negocio de las grandes plataformas digitales en Internet. La red social tiene una capitalización próxima a 575.000 millones.

Fuente: El País