

# El *Google car* te vigila: Gobernabilidad técnica y democracia

Pascal Renaud\*

INSTITUT DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DE ESTUDIOS AVANZADOS DEL IPN

¿Puede imponerse el estado de derecho sobre las multinacionales de la información que disponen de medios técnicos y jurídicos superiores a los de las agencias encargadas de la regulación? Google es la compañía con el motor de búsqueda estrella, convertida también en líder de la digitalización de publicaciones. Pero detrás de este “Doctor Jekyll” se esconde un “Mister Hyde” de la información. Cientos de vehículos con equipos electrónicos sofisticados se despliegan con el pretexto de tomar fotos de las fachadas de las casas, pero captan y graban las informaciones personales que circulan en las redes Wi fi. En Francia, Google fue recientemente condenada a pagar 100,000 euros. Pero, ¿esta sanción no es acaso simbólica para una multinacional cuyos beneficios rebasan los 2.5 billones de dólares por trimestre? ¿Cómo obligar a esta firma a respetar las leyes locales cuando los datos recogidos son inmediatamente transferidos a los Estados Unidos? Estas preguntas son las que este artículo plantea para incentivar la reflexión en un momento en que este proyecto se está llevando a cabo en México y en Brasil.

(Internet, regulación, privacidad, gobernanza de Internet, ciudadanía, soberanía)

En Francia, las vencidas entre la multinacional *Google* de la informática y la Comisión Nacional de Informática y Libertad (CNIL, por sus siglas en francés), agencia francesa encargada de la protección de los datos personales, son reveladoras de las dificultades que enfrentan las instituciones de los países democráti-

\* Pascal.Renaud@ird.fr Traducción de Laura Cházaro, Cinvestav-IPN.

cos para hacer respetar sus leyes, las que limitan notablemente los márgenes de maniobra de las grandes multinacionales.

El *affaire Google car*, como lo llamaremos, es aún más significativo porque concierne a un gran país europeo que supuestamente dispone de importantes medios en el plano técnico e institucional. La agencia aquí concernida es la CNIL, creada en 1978, es una de las agencias más antiguas de Europa. Frente a ella, Google es una empresa particularmente dinámica y una de las más populares gracias a sus servicios gratuitos y a su célebre motor de búsqueda. Esta popularidad es explotada por la firma que responde ante las autoridades a través de la prensa, como si fuera un partido político.

La empresa Google es cliente asiduo de las salas de audiencias. Regularmente cuestionada por la CNIL, ha estado en la mira de los editores, antes que nada por la digitalización masiva de obras. Condenada el 18 de diciembre pasado (2010) por los tribunales de última instancia de París por los “actos de falsificación de los derechos de autor” con una multa de 300,000 euros, aunque los editores pedían 15 millones... La multa, irrisoria para Google, dio confianza a los editores sobre sus derechos sin molestar al gigante de la informática, quien ha continuado con su compañía de digitalización. Pero, nos recuerda Ariel Kyrou (Kyrou 2010), a través de esta digitalización *Google* devolvía la vida a numerosas obras agotadas, que los editores no tenían previsto reeditar. Si la digitalización masiva de Google fue atacada por los editores, también fue promovida por estudiantes, profesores e investigadores, especialmente de los países en desarrollo. Aquí la pregunta es la que plantea Robert Darnton en *Le Monde diplomatique* de marzo de 2009, con Google: “¿Internet realiza el sueño de las Luces o prepara la pesadilla de un saber público abandonado a los apetitos privados?” (Darnton 2009).

¿ES EL *BIG BROTHER* EL HERMANO MAYOR DEL LIBRO *GOOGLE*?

Pero si este Google que nos abre las bibliotecas y reedita las obras olvidadas ofrece beneficios reales, tiene un otro yo, ¿su hermano mayor?, ¿el Big Brother? Ése quien nos da numerosas razones para inquietarnos. Las nuevas tecnologías de información y comunicaciones (NTIC)

son también tecnologías de vigilancia (Berthoud 2002), al acceder a más información, siempre emitimos también más datos personales. De este modo, alimentamos un mercado de la información cuyas reglas se nos escapan y Google forma parte de uno de los principales actores internacionales. En efecto, el nuevo gigante de la informática no se limita informarnos, él nos observa. No solamente registra una buena parte de nuestra actividad en el internet, los sitios consultados y por lo tanto nuestras investigaciones y compras en línea, sino que también, desde hace algunos años, sale a la calle a recoger informaciones precisas y localizadas. Se convierte en uno de los principales actores del mundo de la vigilancia (Quessada 2010) que caracteriza a nuestra “sociedad de la información”. Haciéndolo, viola conscientemente las leyes sobre la protección de los datos personales y, por lo tanto, los derechos humanos. Y cuando, hecho raro, es acusado por una institución nacional de regulación, desprecia los requerimientos, véanse los juicios, y continúa su actividad aportando modificaciones menores.

Frente a las grandes multinacionales de la informática, a los considerables medios que despliegan y a la popularidad que logran adquirir, las instituciones democráticas parecen desarmadas. Y cuando éstas logran constatar las infracciones, no tienen los medios para reprimirlas. ¿Pueden Google o Facebook liberarse de las reglas que las democracias imponen a las empresas para proteger las libertades públicas? Esta pregunta deseamos abordar aquí.

El *affaire Google car* es particularmente emblemático de las relaciones entre un Estado nacional y una multinacional de la información. Atañe a un servicio, el *Street View*, que está asociado a *Google Map*, cuyos mapas son muy apreciados por los usuarios del PDA o el *Smart phone* (teléfonos celulares de última generación). El *Street View*, lanzado en 2007, permite a sus usuarios visualizar las calles localizadas sobre un plano y ver el medio urbano, un tanto como lo haría un peatón caminando en el mismo lugar. Para alimentar a esta aplicación, la compañía Google despliega en el mundo entero vehículos llamados *Google cars* que toman fotografías panorámicas (véase la foto de la portadilla de esta sección).

A fines del 2009 y principios del 2010, la CNIL –¿fue puesta en alerta por los servicios franceses de *vigilancia del territorio*?– impuso

a Google un control sobre los vehículos utilizados. La CNIL constata que éstos, más allá de las fotos que supuestamente debían tomar, grababan todos los datos que lograban captar entre las redes Wi fi de los vecinos. Claro está que estas operaciones eran llevadas a cabo a espaldas de las personas concernidas y de las autoridades públicas. El asunto fue considerado como grave, la CNIL exige que Google “pare la recolección de datos a espaldas de las personas”. Le impone proporcionar “íntegros los datos de contenido captados del territorio nacional” (CNIL 2011). Temiendo un probable embargo de los vehículos, Google terminó por transmitir una gran parte de los datos solicitados. Su análisis revelará que la empresa había reunido “identificadores de acceso a la red Wi fi”, las “direcciones MAC”,<sup>1</sup> así como numerosos datos personales como “datos de conexión a los sitios web, contraseñas de correos, dirección de correos electrónicos, intercambios de correos que daban cuenta de informaciones sensibles sobre la orientación sexual o la salud de las personas”.<sup>2</sup>

La sociedad Google fue interrogada sobre esos hechos que violan sin duda la ley francesa. En un primer momento, Google negó la recolección de los datos personales.<sup>3</sup> Después, siempre por medio de la prensa, la sociedad reconoció los hechos y atribuyó esta recolección ilegal de datos personales a simples “errores de programación”. Insatisfecha por las respuestas de la multinacional, la CNIL exige a Google interrumpir la recolección de datos. Luego, frente a la resistencia de su interlocutor, decide prohibirle utilizar sus vehículos en tanto los dispositivos de colección y de procesamiento de datos no sean modificados y para ser puestos conforme a la ley francesa. Exige que todos los datos solicitados le sean puestos a su disposición, como el detalle del funcionamiento de los materiales y de los programas. Google se niega, considera que el uso de los datos en los Estados Unidos, aunque recolectados en Francia, no conciernen a la CNIL. Despreciando la autoridad de la Comisión reguladora francesa, la empresa hace caso omiso del parecer de la CNIL y vuelve a poner en

<sup>1</sup> La dirección MAC es un código que identifica de manera única a la computadora conectada a la red.

<sup>2</sup> Google “Street View”: La CNIL promulgó una multa por 100,000 euros ([www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)).

<sup>3</sup> Comunicado de prensa de la Sociedad Google, 27 de abril de 2010.

circulación los vehículos... El 17 de marzo de 2010, Google es condenado a pagar una multa de 100,000 euros. Es una de las sanciones financieras más elevadas que se hayan pronunciado hasta ahora por el regulador francés. Es, sin embargo, irrisoria, teniendo en cuenta lo que está en juego comercialmente.<sup>4</sup> El *affaire* no está cerrado porque Google no ha obedecido todas las conminaciones legales; pero es poco probable que la Comisión vaya mucho más lejos.

Lo que llama la atención en este asunto no es la severidad del juicio. Es, al contrario, la impunidad de la que Google parece gozar y, más aún, el desprecio que la compañía otorga a las reglas de los derechos. En efecto, Google, como otras grandes multinacionales de la informática, dispone de excelentes servicios jurídicos, del mismo modo que dispone de un peritaje técnico excepcional. Es esto, por lo demás, lo que constituye el corazón de su oficio. Podemos entonces, por lo menos, sorprendernos cuando leemos en los comunicados de la empresa americana que los datos, tomados por sus Google cars, habrían sido conservados “por error”. ¿Es la sociedad Google incapaz de controlar el material técnico que utiliza?<sup>5</sup>

Este desprecio de Google por las instituciones *locales* se traduce en un balance de fuerzas muy favorable a la multinacional. Notaremos que Google trabajaba impunemente desde hacía varios años. La sociedad grababa clandestinamente datos personales delicados cuyo “valor” informativo es superior al que tiene la toma de datos de lugares públicos. Esta actividad “oficial”, fotografiar las calles de una ciudad podría ser considerada como actividad doble que esconde un trabajo de *servicio de información*. La multinacional no había pensado ser sorprendida en flagrante delito *de espionaje*. La ubicación de esta actividad ilícita es difícil. Exige medios técnicos importantes

<sup>4</sup> Reflet.info calculó que esta multa correspondía al resultado de 7 minutos de actividad. <http://reflets.info/google-condamne-a-7-minutes-demande/>

<sup>5</sup> “Como lo hemos dicho ya, declaró Peter Fleischer, Director de la Protección de los Datos Personales, sentimos profundamente haber recolectado por error los datos que circulan en las redes Wi fi no protegidas. Nuestro objetivo ha sido siempre destruir esos datos y estamos contentos que la CNIL nos haya dado la autorización, en <http://euroe-liberte-securite-justice.org/2010/03/25/google-frappe-au-porte-monnaie,-mais-si-peu-par-la-cnil-que-1%E2%80%99a-condamne-pour-son-comportement-en-matiere-de-donnees-privees/>

y competencias de alto nivel que ni los reguladores ni las asociaciones comprometidas con la defensa de los derechos fundamentales, en general, poseen. Las tecnologías de la información son cada vez más complejas. El peritaje técnico generalmente es mucho más importante en las multinacionales que en los servicios de los Estados, aun en los más equipados. Esta situación confiere una posición de fuerza suplementaria a las grandes empresas. Frente a sus intrusiones ilegítimas, las opiniones públicas tienen grandes dificultades para expresarse, a pesar de que sus consecuencias políticas son determinantes para la democracia. Es difícil de explicar al ciudadano, al elector, ¿cómo y por qué los Google cars, coloridos y alegres que proveen bellas fotos del medio urbano, son también dudosos espías de su vida privada?

Cuando son obligadas a ofrecer una explicación o cuando reciben mandatos jurídicos, las multinacionales de la información ubican el debate en un plano ideológico y político. Cuando fue cuestionado, Google no buscó tanto disculparse por los hechos que se le reprochaban, sino justificar su política en materia de datos personales. A las demandas de la CNIL, la empresa responde sistemáticamente con comunicados de prensa. A los principios del derecho enunciados por la Comisión en sus consideraciones, Google respondió enunciando sus propios principios:<sup>6</sup> “En Google tenemos cinco principios sobre lo privado que describen cómo consideramos la vida privada y el uso de la información en todos nuestros productos”. El responsable jurídico de Google, Peter Fleischer aboga a lo largo del blog contra las reglamentaciones europeas.<sup>7</sup> Esta cultura que eleva los principios decretados por una gran empresa a un rango cuasilegislativo ofende profundamente las tradiciones jurídicas de Europa continental, para las cuales, las reglas del derecho son resultado de la representación nacional. Google se inscribe, en cambio, en la tradición estadounidense de la *autorregulación*. Para Google no existen finalmente más que dos verdaderas autoridades jurídicas, Google mismo, con sus cinco principios, y la constitución america-

<sup>6</sup> Respuesta de Google a la Comisión en mayo de 2010, “[http://www.scribd.com/full/31056661?access\\_key=key-np9r7ignhiwjhw2x2i2](http://www.scribd.com/full/31056661?access_key=key-np9r7ignhiwjhw2x2i2)”

<sup>7</sup> <http://peterfleischer.blogspot.com/>

na y sus enmiendas. Ése es el sentido de la respuesta ofrecida a la CNIL a propósito del servicio LATITUDE: la multinacional rechaza efectuar pura y simplemente una declaración de tratamiento de datos tomados en Francia, bajo el pretexto de que son automáticamente enviados a los Estados Unidos. Los datos de LATITUDE ahora son tomados a distancia y a espaldas de los usuarios, a través de una explotación hábil de las propiedades de geolocalización de los teléfonos celulares de última generación (CNIL 2010).

## EL PARTIDO GOOGLE

Los medios financieros que poseen las multinacionales de la información,<sup>8</sup> les permiten convencer a las autoridades políticas, nacionales o internacionales. Google realiza un intenso cabildeo ante la Comisión Europea, donde los funcionarios no elegidos pero poderosos son más fáciles de convencer que los parlamentarios. Blasón de la tecnología estadounidense y fuente inagotable de información, la multinacional puede contar con el apoyo de su país. Un apoyo que no se le negará, menos aun cuando los Estados Unidos consideran estratégico el liderazgo que ejercen en el sector de las tecnologías de la información.

Este poder de las multinacionales de la información es creciente. El uso de la computadora no detiene su desarrollo en todas las regiones del mundo. La convergencia multimedia que reúne lo audiovisual, la telefonía y la informática refuerza aún más la preeminencia de las tecnologías de la información; mientras que el crecimiento continuo del poderío de las redes hace casi incontrolable la circulación de datos. Éstos son recolectados en un país y tratados en otro, en un contexto legislativo extranjero, en el cual los ciudadanos concernidos no tienen ninguna influencia. Agreguemos que Google, Facebook y algunos otros, no se contentan con sólo proponer servicios de información, con levantar esta información y venderla. Aseguran una función de reticulación (*networking*) de las sociedades. Proveen

<sup>8</sup> Los resultados netos de Google para el último trimestre de 2010 son de 2.54 billones de dólares.

nuevos vectores de lazos sociales; se inmiscuyen progresivamente en nuestra vida privada y de esta manera se hacen, al mismo tiempo, indispensables y populares. Facebook y Twitter, se nos dice, han contribuido a la exigencia de la democracia en los países árabes. No podemos más que felicitarnos.

## LIBERTADES PÚBLICAS Y COMERCIO DE LA INFORMACIÓN

Está ahí la paradoja a la que nos confrontan las multinacionales de la información. Google contribuye a la difusión de obras raras y olvidadas, pero escucha detrás de las puertas y se informa sobre nuestras orientaciones políticas, ideológicas y hasta sobre nuestras preferencias sexuales. Facebook propicia una expresión muy amplia, refuerza los lazos sociales, pero conoce a nuestros amigos y a nuestras redes y algunos de nuestros comportamientos... “Los ciudadanos se sirven de los medios sociales para comunicarse con el público, influenciar a los que toman las decisiones y pedir cuentas a los parlamentos y gobiernos”, nos dice un reporte oficial del parlamento canadiense (Clarke 2010) Pero inversamente, nos coloca en un haz de multiformes vigilancias (Quessada 2010). Suponiendo que estas empresas respeten al pie de la letra sus principios deontológicos, que las informaciones coleccionadas no sean utilizadas más que para las aplicaciones indicadas por sus editores, ¿qué pasará mañana? Google, Facebook, Twitter y los otros son empresas privadas cuya vocación no es otra que generar ganancias. Pueden cambiar de manos, ser compradas por actores menos rigurosos. Podrían también atravesar tiempos difíciles y ser conducidas a vender sus informaciones delicadas al mejor postor. A quién y a qué servirán entonces esos datos involuntariamente confiados a Google o a Facebook por los militantes demócratas de países regidos por regímenes autoritarios? Sin olvidar que la Patriotic Act permite a las autoridades americanas extraer a su gusto y sin ninguna autorización del público las bases de datos constituidas en los Estados Unidos.

Debería regresarse a las instituciones de defensoría de los derechos fundamentales en el internet, como la CNIL y poner en operación medios a la altura de lo que está en juego, pero asistimos, al



contrario, a su debilitamiento. Recientemente, la CNIL ha visto sus competencias reducidas mientras que su presupuesto, que permanece muy modesto, está muy lejos de seguir el crecimiento del mercado de la información. En este *affaire*, la CNIL *exigió* que se borren los datos... Pero debería conformarse con creer en los propósitos de la multinacional, la que no ha dejado jamás de mentirle... El envío de datos a los Estados Unidos hace prácticamente imposible toda verificación.

Los medios desplegados para proteger al ciudadano son tanto más débiles como poco sensibles y la relación entre la libertad de información es cada vez más compleja. Si algunas asociaciones (ONG) intentan alertar al público, éstas enfrentan dificultades para definir una estrategia que tome en cuenta los beneficios aportados por los servicios de información gratuitos a sus usuarios. Alertan al público y preconizan frecuentemente el rechazo de servicios elegidos por los adolescentes. La *abstinencia* aunque sea virtual no es aceptable para una juventud que ya abandonó el bolígrafo por el teclado y envía sus cartas de amor por mensajes de celular.

Nada podrá parar el comercio de la información, emblema del capitalismo informático (Proulx 2010). Nada podrá parar el desarrollo de los servicios en línea que crean lazos sociales. Nuestras sociedades los necesitan tanto. La juventud reclama siempre más y no necesariamente está en lo incorrecto. De nada sirve entristecerse. Conviene, una vez más, reflexionar de manera más atenta para inventar formas de democracia, de control ciudadano que permitirán beneficiarnos de la redes sociales, estas maravillosas aplicaciones, sin temer por nuestras libertades, sin temer que un día el mercado dicte los derechos fundamentales como hoy, parece ser, dicta las leyes de la economía.

## BIBLIOGRAFÍA

BERTHOUD, G., "L'horizon d'une surveillance omniprésente?", *Revue européenne des sciences sociales* [En ligne], XL-123|2002, mis en ligne le 03 décembre 2009, consulté le 18 septembre 2011. URL: <http://ress.revues.org/623>.

- CLARKE, A., “*Les médias sociaux; Utilisations politiques et conséquences pour la démocratie représentative*”, Publicación núm. 2010-10-F, 22 mars 2010, Division de la référence et de l’analyse stratégique Service d’information et de recherche parlementaires. [http://dsp-psd.tpsgc.gc.ca/collections/collection\\_2010/bdp-lop/bp/2010-10-fra.pdf](http://dsp-psd.tpsgc.gc.ca/collections/collection_2010/bdp-lop/bp/2010-10-fra.pdf).
- CNIL, Délibération núm. 2011-035 de la formation restreinte prononçant une sanction pécuniaire à l’encontre de la société Google, [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr), 2011.
- CNIL, Conférence de presse 17 juin 2010, Présentation du 30ème rapport d’activité; [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr), 2010.
- DARTON, Robert, “La bibliothèque universelle, de Voltaire à Google”, en Marin Dacos, dir., *Read/Write Book*, Marseille, Cléo (Coll. Edition électronique), 2010, [En ligne], mis en ligne le 25 mars 2010, Consulté le 05 avril 2011. URL : <http://cleo.revues.org/159>, 2009.
- QUESSADA, D., E. SADIN, , “Big Brother n’existe pas, il est partout”, *Multitudes* 1/2010 (núm. 40), p. 78-87. URL : [www.cairn.info/revue-multitudes-2010-1-page-78.htm](http://www.cairn.info/revue-multitudes-2010-1-page-78.htm). DOI : 10.3917/mult.040.0078., 2010.
- KYROU, A., “Google et le syndrome Hadopi”, *Multitudes* 1/2010 (núm. 40), p. 13-21. URL : [www.cairn.info/revue-multitudes-2010-1-page-13.htm](http://www.cairn.info/revue-multitudes-2010-1-page-13.htm), DOI : 10.3917/mult.040.0013., 2010.
- PROULX, S., F. MILLERAND, “Le web social au carrefour de multiples questionnements” en *Web Social: Mutation de la Communication*, Presses de l’Université du Québec, 2010.