

10 de Junio 2020

Conferencia Digital ADELA



en cooperación con el Programa Regional de Apoyo a los Partidos y a la Democracia en América Latina

Big Data y campañas electorales en Latinoamérica

Eduardo Magrani

Profesor de Derecho, Tecnología y Propiedad Intelectual en la Facultad de Derecho de la FGV, IBMEC y la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro (PUC-Río) Presidente del Instituto Nacional de Protección de Datos del Brasil. Becario de EIZ para la Política de Innovación Global, Digitalización e Inteligencia Artificial.

Sebastian Grundberger

Jefe del Programa Regional de Apoyo a los Partidos y a la Democracia en América Latina, Montevideo.

Marcee Sofía Gómez Marín

Coordinadora de Proyectos del Programa Regional de Alianzas para la Democracia y el Desarrollo con América Latina (ADELA) de la Fundación Konrad-Adenauer.

El uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en diferentes sectores de la sociedad ha permitido reunir y analizar datos en gran escala. El uso de Big Data en las campañas electorales también influye en los procesos democráticos.

En la conferencia de ADELA Digital "Big Data y campañas electorales en Latinoamérica" Marcee Gómez, coordinadora del proyecto KAS ADELA, habló con Eduardo Magrani, profesor de Derecho, Tecnología y Propiedad Intelectual y experto en protección de datos. Se discutieron los siguientes aspectos:

- La importancia del procesamiento de datos en las actuales campañas electorales y el papel de la protección de datos y la privacidad de las personas.
- Propaganda online de partidos políticos.
- La utilización de datos en las campañas electorales y los instrumentos utilizados con este fin.

El papel de la protección de datos

Las tecnologías digitales influyen ahora en casi todos los aspectos de la comunicación e interacción humanas. La comunicación política no es una excepción. La Internet es ahora de fundamental importancia para la política y los partidos políticos. Sin embargo, al mismo tiempo, las oportunidades que ofrece el uso de las tecnologías digitales van acompañadas de riesgos. Muchos partidos políticos, por ejemplo, no están preparados ni son lo suficientemente conscientes de cumplir las normas sobre la protección de los datos personales, aunque el tratamiento adecuado de los datos personales debería ser una práctica habitual.

Esto también es evidente en América Latina. Algunos países de América Latina, como México, Colombia o el Brasil, ya cuentan con leyes de protección de datos, pero muchos no las tienen. La situación es diferente en Europa, donde el Reglamento de Protección de Datos Básicos (DSGVO) está en vigor desde 2018, que armoniza las normas para el tratamiento de datos personales. La DSGVO también sirvió de guía para la revisión o creación de la mayoría de las leyes de protección de datos en América Latina, ya que proporciona una buena base jurídica para garantizar el cumplimiento de las normas de protección de datos.

En un contexto político, también existe el problema de la desinformación y las fake news utilizadas para manipular a los votantes. A menudo estos problemas se deben al uso no autorizado de datos personales. En otras palabras, existe un vínculo muy fuerte entre las noticias falsas y las leyes generales de protección de datos. Esto se debe a que estas leyes sólo permiten el uso legítimo de los datos personales si se ha obtenido previamente el consentimiento de los usuarios. Es evidente que una ley de protección de datos no puede resolver todos los problemas de abuso de datos. El problema de la desinformación es demasiado complejo para eso y también está vinculado a cuestiones de educación digital y al examen crítico de estas cuestiones por parte de los ciudadanos. Sin embargo, una ley de protección de datos es un apoyo importante y un primer paso significativo.

Si bien la DSGVO proporciona una buena base, tampoco debería adoptarse simplemente cuando se redacten las leyes de protección de datos en América Latina. En cambio, se necesita flexibilidad en relación con las necesidades y retos específicos de los países. Esto significa que las leyes de protección de datos deben adaptarse a la cultura y a las diferencias de poder económico de los respectivos países. Un ejemplo de ello es el oficial de protección de datos establecido en la DSGVO, que debe ser nombrado en función del tamaño y las actividades básicas de la empresa. Brasil ha basado su ley de protección de datos fuertemente en la DSGVO, pero en la mayoría de los casos las empresas brasileñas no tienen la misma fuerza económica que sus homólogas europeas. Por consiguiente, el nombramiento de un funcionario de protección de datos representa una enorme carga financiera para las empresas. Por esta razón se decidió en Brasil que un oficial de protección de datos no es absolutamente necesario si la empresa es pequeña o económicamente débil. Este ejemplo muestra que hay margen para la flexibilidad en el diseño de las leyes de protección de datos. Sin embargo, en principio, cuanto más clara y estricta sea la ley, mejor será el cumplimiento de la protección de datos. Por consiguiente, sería importante que todos los países de América Latina adoptaran una ley que fuera por lo menos similar a la DSGVO en su rigor.

La utilización de datos en las campañas electorales

En el mundo actual, los datos determinan la vida de las personas. Cuando las personas se mueven por Internet y compran productos, se desarrolla un algoritmo personalizado basado en sus datos. Por esta razón, el manejo de la protección de datos es una cuestión de enorme importancia.

El ciudadano siente los efectos de este algoritmo en forma de microdestino y perfiles en línea en diferentes plataformas. El servicio de streaming Netflix, por ejemplo, utiliza los datos de sus usuarios para la microdefinición y la elaboración de perfiles con el fin de proponer películas y series perfectamente adaptadas a sus necesidades. El beneficio de las ofertas personalizadas no sólo es evidente con Netflix, sino también con proveedores como Amazon, que ofrecen a sus clientes productos adicionales basados en sus búsquedas anteriores. Así pues, si bien los beneficios de estos mecanismos se perciben directamente, a menudo no ocurre lo mismo con los riesgos. Hasta ahora, muchos ciudadanos han actuado de manera bastante beneficiosa, y a menudo todavía falta un examen crítico de las cuestiones de la privacidad y la difusión ilegal de datos personales.

Los fenómenos mencionados de microtargeting y perfiles en línea también pueden aplicarse a la política. Big Data permite dirigirse directamente a los votantes, ya que éstos dejan información al realizar sus búsquedas en línea, que las redes sociales pueden utilizar para crear perfiles muy detallados de sus usuarios. Esto puede utilizarse de manera beneficiosa, no sólo para presentar ofertas adecuadas, sino también tratando de manipular a cada votante individualmente. Big Data puede usarse para averiguar cuáles son los deseos, preocupaciones y miedos de los votantes. En consecuencia, los partidos políticos pueden sugerir a los usuarios información específica que explote precisamente esos temores. Diversos estudios indican que hay muchas más posibilidades de ganarse a los votantes de esta manera. Esto es especialmente cierto para los "votos indecisos", es decir, para los votantes que no se sienten afiliados a ningún partido en particular. Dado que se trata de una manipulación subliminal de los votantes, se necesitan normas y reglamentos para regular esas prácticas.

Cabe señalar también en este contexto que hay diferencias entre las plataformas. Por ejemplo, las redes sociales como Facebook o Instagram tienen una tecnología diferente a los servicios de mensajería como Whatsapp. Whatsapp utiliza "encriptación de extremo a extremo", lo que significa que ni siquiera la propia empresa tiene acceso a los mensajes enviados. Esto significa que no hay manera de moderar el contenido y restringir las noticias falsas, los grupos extremistas, etc. Sin embargo, esto no significa que la encriptación en sí sea algo malo. Por el contrario, la encriptación de extremo a extremo ayuda a garantizar la libertad de expresión y evitar el control del Estado. Sin embargo, en la actualidad se está haciendo evidente que la falta de moderación del contenido en las plataformas digitales y la consiguiente desinformación y manipulación de los usuarios es un reto mucho mayor.

A esto se añade el llamado "efecto eco". Los usuarios de Facebook o Instagram forman grupos y redes con los que se comunican regularmente. Dado que los algoritmos de estas plataformas están programados para proporcionar las sugerencias más adecuadas posibles en función de los datos recogidos hasta ahora, a los usuarios sólo se les muestra la información y las personas que coinciden con este perfil. Esto significa que los usuarios sólo entran en contacto

con personas que tienen creencias y convicciones similares a las suyas. Sin embargo, si todas las personas de un grupo piensan de manera similar, hay al mismo tiempo una mayor posibilidad de que el contenido de esos grupos se radicalice. Esta radicalización se produce porque faltan personas que cuestionen críticamente las declaraciones y presenten argumentos en contra. En última instancia, ese efecto de eco puede incluso llevar a una polarización de la sociedad, ya que se carece de discusiones diferenciadas y objetivas entre los diversos grupos políticos.

No cabe duda de que el uso no autorizado de los datos, así como de los datos que se autorizan sin que los usuarios sean conscientes de los riesgos, repercute en las democracias y en las campañas electorales. Las empresas y los políticos tienen acceso a información muy sensible sobre casi todos los ciudadanos. Por lo tanto, en el período previo a las elecciones es posible influir en cada votante individualmente. Esto es muy preocupante y por ello nunca ha sido más importante desarrollar una conciencia crítica de la protección de datos y la privacidad para evitar la manipulación.

Para más información sobre Eduardo Magrani y su trabajo, visite:
<http://eduardomagrani.com/en/home/>

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

Gordian Kania

Pasante en la oficina de KAS ADELA, Panamá