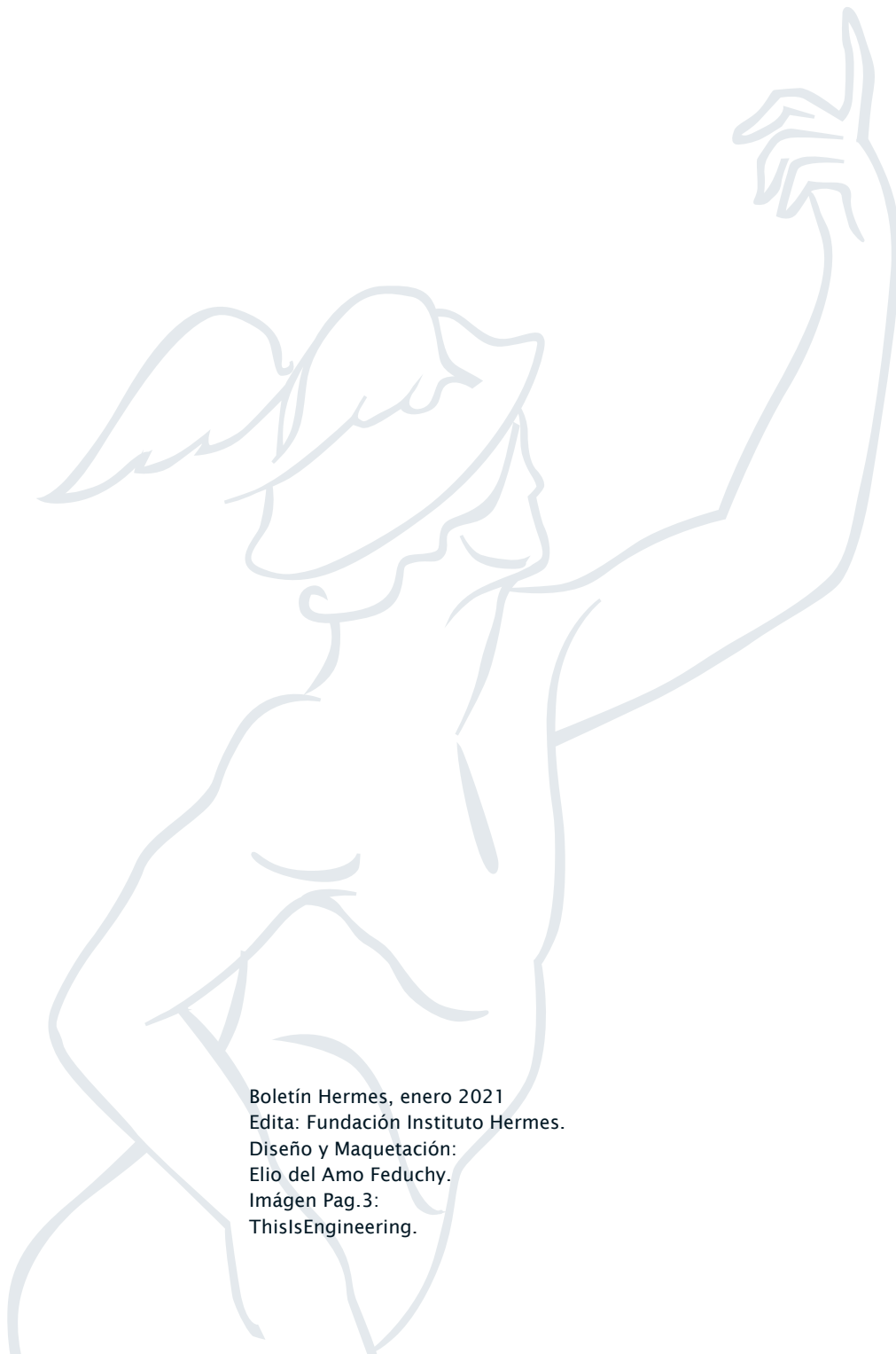




Instituto
Hermes

Derechos de ciudadanía digital

BOLETÍN HERMES



Boletín Hermes, enero 2021
Edita: Fundación Instituto Hermes.
Diseño y Maquetación:
Elio del Amo Feduchy.
Imágen Pag.3:
ThisIsEngineering.



Índice

El Boletín cumple un año.....	2
Soberanía tecnológica.....	3
- Nuevas leyes de la Comisión para regular los servicios y mercados digitales	4
- Objetivos clave de la nueva ley de servicios digitales	5
Un ejemplo de asesinato de personalidad	7
Novedades en la limitación del poder de las plataformas	9
- Demanda a Facebook por monopolio	10
- China y sus GAFAM (los BAT: Baidu, Alibaba y Tencent)	11
Una recomendación	12

El Boletín cumple un año

Dentro de poco, el Boletín Hermes celebrará su primer aniversario. Hace casi un año que decidimos compartir con nuestros patronos y consejeros las reflexiones que iban surgiendo sobre las noticias más significativas recogidas en el Canal Hermes en Telegram. Una de las razones para lanzarnos a la edición fue el aumento significativo de noticias relevantes sobre los temas que preocupan a la Fundación. Durante este año, el incremento ha sido aún mayor y podemos afirmar que los temas de los que Hermes hablaba en 2017 a unos pocos interesados se han convertido en mainstream.

En nuestro primer Boletín (enero 2020) la noticia más importante que recogíamos era la evidente preocupación de la recién estrenada Comisión Europea por la regulación del comercio de datos en nuestro territorio y la filtración a la prensa de un documento preliminar sobre una futura regulación de la Inteligencia Artificial.



También publicábamos la noticia de que el mayor experimento de control social del mundo, planeado por el gobierno chino para el Año Nuevo, que iba a unir las redes 5G con tecnologías de reconocimiento facial, había sido suspendido... por una grave epidemia surgida en Wuhan.

Desde entonces hemos publicado cuatro boletines más, tres durante la pandemia. A través de ellos podemos ver cómo los derechos de ciudadanía digital van cogiendo espacio y cómo han ido cristalizando los temas y las preocupaciones de gobiernos, empresas y agentes sociales:

- El poder de las grandes tecnológicas para imponer monopolios, jugar con reglas propias, eludir impuestos o influir en procesos electorales.
- El aumento y la impunidad de los delitos cometidos online.
- La necesidad de regular la Inteligencia Artificial.
- La privacidad y el control de los datos.
- La desinformación.
- Las consecuencias de la guerra comercial en la implantación del 5G.
- La digitalización real de la educación y la actividad productiva, que se ha vuelto aún más urgente desde el estallido de la pandemia.
- La soberanía tecnológica.



Soberanía tecnológica

El aumento de la conciencia sobre los problemas derivados de la guerra comercial para los intereses europeos y el poder desmedido de las grandes plataformas norteamericanas han hecho despertar a Europa. La soberanía tecnológica se ha vuelto un tema presente y urgente.

El hecho más relevante recogido en el Boletín de octubre fue la creación de la **nube europea**: el desarrollo de una infraestructura material dentro del territorio UE para asegurar que los datos se someterán a su regulación, los intercambios comerciales a su legislación mercantil y la libre expresión y la tutela judicial podrán ser garantizadas de manera efectiva.

Margarethe Vestager, que está liderando el despertar del continente a la centralidad de la soberanía tecnológica afirmaba recientemente en una entrevista que

hemos aprendido de los errores. Los gigantes norteamericanos y chinos han madurado en un mercado único, sin fronteras, y hemos aprendido de esa experiencia.

Como ya señalábamos en nuestro paper «Soberanía tecnológica», el desarrollo de los derechos de ciudadanía digital en el seno de la Unión ha puesto en evidencia la necesidad de poner en práctica una política más activa. Actualizar el marco jurídico no basta en Internet para imponer tendencias globales. Y menos aún para que la UE pueda desarrollar sus capacidades tecnológicas y estar en disposición de competir en el mercado global.

Pero no todos son tan optimistas como la Comisaria Vestager. Jacques Attali, asesor especial de François Mitterrand durante diez años, llamó la atención el mes pasado sobre un hecho sintomático: nunca

las elecciones de un país europeo, y mucho menos las del Parlamento Europeo, han tenido en Europa la cobertura mediática de las recientes presidenciales estadounidenses. Admite la importancia geopolítica de la Casa Blanca, pero advierte que este interés...

es sobre todo la consecuencia de la creciente influencia intelectual y política de los Estados Unidos en Europa. Una influencia que podría o debería haber disminuido, debido a la distancia tomada por los Estados Unidos del viejo continente y a los inicios de la construcción de una identidad y soberanía europeas. Una influencia que, de hecho, no ha hecho más que crecer en la música, el cine, los medios de comunicación, la tecnología, las universidades, la publicidad, el consumismo y la moral.

Y esto es gracias al inmenso poder, mayor que nunca, de las empresas digitales americanas, las llamadas GAFAs, cuyos algoritmos saben captar la atención y dirigir las compras de quienes se someten a ellos.

Y también, quizás aún más, gracias al lento mordisco de la autonomía jurídica europea y a la sumisión cada vez mayor de las empresas y los Estados europeos a la extraterritorialidad del derecho americano: quien quiera hacer negocios con los Estados Unidos debe aceptar ahora el uso de sus leyes y tribunales para resolver las controversias. Así, poco a poco, el derecho americano se está convirtiendo en el derecho de Occidente y de una gran parte del mundo.

Recordemos que la extraterritorialidad del derecho americano y su efecto en la tutela judicial efectiva fue uno de los primeros problemas señalados por el Instituto Hermes para los Derechos de Ciudadanía Digital en 2017.

También sobre las elecciones en EEUU, la soberanía digital europea y los problemas de fondo de la relación transatlántica, el Ministro francés Bruno Le Maire declaraba que:





El presidente estadounidense cambiará o no, pero los hechos no cambiarán y en particular el surgimiento de gigantes estadounidenses hoy tan poderosos como un estado. (...) Los gigantes digitales son adversarios de los Estados (...)

Nuevas leyes de la Comisión para regular los servicios y mercados digitales

El siguiente paso: la presentación el 15 de diciembre del Acta de Servicios Digitales (DSA, en sus siglas en inglés) y el Acta de Mercados Digitales (DMA), que sustituyen a la ya obsoleta Directiva de Comercio Electrónico del año 2000, y cuyo objetivo es poner límites y orden en el mundo digital incluyendo el control a las grandes tecnológicas.

Objetivos clave de la nueva ley de servicios digitales

Uno de los temas más delicados de la nueva normativa es la regulación de la responsabilidad de las plataformas sobre el contenido que publican. Tendremos que analizar con detalle las nuevas leyes para conocer la profundidad de los cambios. Hasta ahora lo único que ha trascendido es la intención de la Comisión de equilibrar el derecho a la libertad de expresión con la prevención de actividades ilegales y dañinas para terceros en Internet. Se intuye un avance hacia la equiparación con los demás medios digitales y el rechazo o cuando menos la erosión de la idea según la cual las plataformas colaborativas son neutrales y por tanto irresponsables. Los partidarios de la supuesta neutralidad abogan por la autorregulación de Twitter o Facebook y descalifican como censura que este tipo de plataformas tengan responsabilidades equivalentes sobre lo que publican a un periódico o blog.

	<p>Para los ciudadanos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Más opciones, precios más bajos • Menor exposición a contenido ilegal • Mejor protección de los derechos fundamentales
	<p>Para proveedores de servicios digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad jurídica, armonización de normas • Más fácil de poner en marcha y ampliar en Europa
	<p>Para usuarios comerciales de servicios digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Más opciones, precios más bajos • Acceso a los mercados de la UE a través de plataformas • Campo de juego nivelado contra los proveedores de contenido ilegal
	<p>Para la sociedad en general</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor control democrático y supervisión de las plataformas sistémicas. • Mitigación de riesgos sistémicos, como manipulación o desinformación

Por el contrario, organizaciones civiles y entre ellas Hermes, denuncian que la autorregulación no equivale a eliminar la censura, sino a legitimar que estas empresas impongan sus propias normas censoras al margen de las legalmente establecidas y sin control democrático; y que, en cualquier caso, deberían asegurar la identificación legal ante los jueces de las personas a las que permiten publicar contenidos delictivos, desde terrorismo a agresiones y odio virtual.

La prensa europea, de momento, parece más interesada en el control de la libre competencia y en la regulación de la publicidad personalizada, íntimamente relacionada con la gestión y el control de los datos de los usuarios. Las novedades que implican estas actas serán de aplicación en 2023.

Además de la presentación de la DSA y la DMA, el 2 de diciembre la vicepresidenta de la Comisión, Vera Jourová, presentó el Plan de Acción para la Democracia Europea, cuyo objetivo, según ella misma comunicó, es convertir el «Código de Buenas Prácticas» que ya han firmado grandes empresas como Twitter o Facebook en «un marco regulatorio con obligaciones y responsabilidad de las plataformas en línea».

La idea es que este Plan complemente el Acta de Servicios Digitales. Además, la Comisión «emitirá una guía para mejorar el Código de Buenas Prácticas en la primavera de 2021 y establecerá un marco más sólido para supervisar su implementación», señaló Bruselas en un comunicado.

Nuevas obligaciones	Servicios de intermediación (obligaciones acumulativas)	Servicios de alojamiento de datos (obligaciones acumulativas)	Plataformas online (obligaciones acumulativas)	Plataformas muy grandes (obligaciones acumulativas)
Informes de transparencia	*	*	*	*
Requisitos sobre condiciones de servicio, habida cuenta de los derechos fundamentales	*	*	*	*
Cooperación con las administraciones nacionales con arreglo a órdenes	*	*	*	*
Puntos de contacto y, en su caso, representante legal	*	*	*	*
Notificación y adopción de medidas y obligación de informar a los usuarios		0	*	*
Mecanismo de reclamación y recurso y de resolución extrajudicial de litigios			*	*
Alertadores fiables			0	
Medidas y salvaguardas contra notificaciones infundadas			*	*
Comprobación de las credenciales de terceros proveedores externos (principio de conocimiento del cliente empresarial)			*	*
Transparencia de la publicidad online para los usuarios			*	*
Denuncia de infracciones penales			0	
Obligaciones sobre gestión de riesgos y responsable de cumplimiento				*
Auditoría externa de riesgos y rendición pública de cuentas				*
Transparencia de los sistemas de recomendación y posibilidades de elección de los usuarios para el acceso a la información				*
Intercambio de datos con administraciones e investigadores				*
Códigos de conducta				0
Cooperación en materia de respuesta a las crisis				*

Fuente: Comisión Europea

Un ejemplo de asesinato de personalidad

El asesinato de personalidad (*murder of character*) o asesinato civil es uno de los efectos más dañinos del anonimato digital y de la ausencia de responsabilidad de los contenidos online que se publican en las plataformas. Como es estigmatizante para la víctima, tiende también a ser desconocido porque la mayoría de ellas calla ante la ausencia de medios para hacer valer sus derechos. El delito coloca a la víctima en la peor de las posiciones.

El asesinato de personalidad es la desinformación dirigida específicamente a destruir la reputación de una persona que, con el simple hecho de defenderse, estará dando cuerda a las mentiras que se dicen sobre ella.

Asesinato civil: conjunto de técnicas y prácticas que busca destruir la imagen pública de una persona al punto de hacer imposible su actividad económica y sus relaciones sociales. Propicia el aislamiento social de la víctima a partir de la manipulación y falsificación de datos y testimonios en la web y las redes sociales. Se trata de verdaderos proyectos, necesariamente planificados durante meses y a veces años para construir un relato transmedia a partir de la convergencia de testimonios falsos difundidos en las redes.

Por eso es necesaria la publicación de reportajes como el que aparecía en The Guardian el 27 de octubre. En él se narra el caso del asesinato de personalidad de James Le Mesurier, fundador y director de «los cascos blancos», que terminó en su suicidio.

En 2013, Le Mesurier, ex-militar británico, trabajaba para la consultora de seguridad Ark en Oriente Medio. Dimitió de su cargo para impulsar un proyecto propio, «Mayday Rescue Foundation», dedicado a rescatar a civiles de los bombardeos de las fuerzas del presidente al-Assad en el noroeste de Siria. Su labor era crítica. Básicamente su actuación consistía en el rescate de heridos, organizando sus traslados y proporcionándoles atención médica.

Los voluntarios (maestros, bomberos, ingenieros y carpinteros) llevaban cascos blancos para protegerse y muchos de ellos instalaron cámaras para documentar las acciones. Estas grabaciones tuvieron dos efectos: por un lado aumentaron las donaciones; por otro, quedó demostrado que al-Assad y su aliada Rusia estaban llevando a cabo bombardeos indiscriminados sobre población civil. En Holanda y Reino Unido su éxito despertó envidias; en Siria y Rusia pasó a formar parte de la lista de enemigos a destruir.



Unos años antes de la muerte de Le Mesurier comenzó una agresiva campaña de desprestigio contra él y la organización «Mayday Rescue Foundation». Una campaña iniciada por oficiales sirios y rusos, basada en rumores, teorías de la conspiración y medias verdades, y viralizada por miles y miles de seguidores a través de YouTube,

Google y Twitter en Oriente Medio y Europa.

Para que este tipo de campañas triunfen, siempre tienen que contener un elemento de verdad, por marginal que este sea. En este caso, aprovechando que el caos de la guerra estaba llevando a muchos jihadistas al noroeste de Siria (lugar donde actuaban los cascos blancos) para sacar algún rédito del desorden, hicieron correr el rumor de que los voluntarios de la «Mayday Rescue Foundation» eran en realidad soldados de Al-Qaeda.

Sobre el propio Le Mesurier no quedó nada por decir, descrédito personal: Espía, terrorista, agente de Al-Qaeda, pedófilo o traficante de órganos, entre otros bulos. Ataque al comportamiento económico de la fundación: desvío de fondos, desorbitadas compras personales a cargo de la organización, vacaciones privadas en el Caribe... nada se probó, pero el daño ya estaba hecho. Las donaciones se congelaron y Le Mesurier tuvo que afrontar auditoría tras auditoría. «Irregularidades» normales en una zona de guerra, como recibos desaparecidos o asientos mal anotados, se convirtieron en un nuevo indicio que justificaba seguir auditando y sospechando. Mientras tanto, la organización estaba bloqueada y Le Mesurier tenía que leer cada día como su nombre y su trabajo eran denigrados hasta el extremo.

Los indicios apuntan a agentes rusos y sirios como iniciadores de la campaña de destrucción contra Le Mesurier, pero los que le dieron la puntilla fueron todos aquellos que encontraron conveniente redifundir las mentiras y le sometieron a un escrutinio humillante.

Es importante recordar que no hace falta ser la Rusia de Putin para llevar a cabo con éxito una campaña como la que llevó a Le Mesurier al

suicidio. Los métodos de Humint que sirven para obtener información y aislar a la víctima de su entorno se enseñan en universidades como la Autónoma de Madrid. Las agencias de inteligencia organizan jornadas y entrenamientos, empresas de comunicación digital lo ofrecen como servicio.... Y las víctimas están desprotegidas.

Experiencias como esta del fundador de los cascos blancos son las que hemos utilizado en el Instituto Hermes para diseñar, junto a Deloitte, un servicio de atención a víctimas de agresiones digitales que pronto comenzará su fase de implementación. Este caso concreto nos señala además la especial importancia de incluir en el servicio atención psicológica y asesoría para gestionar y comunicar el problema en el entorno más directo de la víctima, con el objetivo principal de evitar un fatal desenlace.

Novedades en la limitación del poder de las plataformas

En el último boletín dedicamos un apartado a la investigación abierta por el Senado estadounidense sobre prácticas monopolísticas de Google, Facebook, Apple y Amazon y la posterior causa abierta por el Fiscal General, junto a once fiscales estatales, contra Google. Hacíamos además un repaso a la colección de demandas presentadas contra Apple por empresas de la competencia y organismos reguladores.

Las denuncias, sanciones y apertura de expedientes han continuado:

- Italia ha abierto una investigación contra Google por, supuestamente, haber violado el artículo 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea con respecto a la disponibilidad y uso de datos para el procesamiento de campañas de publicidad gráfica.
- En Francia, las asociaciones de anunciantes presentaron una queja contra Apple ante el regulador de la competencia. Las denunciantes señalan que algunos cambios en el software previstos para 2021 sobre uso de datos van en contra de las normas de la competencia.
- Más recientemente, la autoridad francesa de protección de datos multó con 100 millones de euros a Google y 35 millones a Amazon por haber instalado en los ordenadores de los usuarios 'cookies' publicitarias sin consentimiento.
- Además, el país galo retoma parcialmente la lucha contra el «odio en línea» después del fracaso del proyecto de ley el año pasado. La llamada «ley contra los separatismos», presentada en Consejo de Ministros el 9 de diciembre, que busca eliminar la influencia del islamismo

radical en Francia, incluye sanciones para quienes publican en Internet informaciones personales «que amenacen la vida de los demás». El Primer Ministro anunció un refuerzo de efectivos en la plataforma de vigilancia de redes, y la creación de un polo especializado para centralizar la acción en esta materia. En cuanto a la lucha más general contra el «odio en línea», Castex precisó que se haría de forma concertada con la Comisión Europea.

- Desde Bruselas, Margrethe Vestager anunció que la Comisión había llegado «a la conclusión preliminar de que Amazon ha abusado ilegalmente de su posición dominante como proveedor de servicios de mercado en Alemania y Francia», utilizando información privilegiada para competir deslealmente con sus propios clientes.
- En el proceso de salida de la UE, el Reino Unido ha creado una nueva autoridad reguladora, dentro de su Comisión de Mercados y Competencia, exclusivamente dedicada a lo digital. El Secretario de Comercio, Alok Sharma, justificó la medida alegando que

el dominio de unas pocas grandes empresas tecnológicas está produciendo menos innovación, precios más altos de la publicidad y menos opciones y control para los consumidores. Nuestro nuevo régimen pro-competencia para los mercados digitales asegurará que los consumidores tengan elección, y que las empresas más pequeñas no sean expulsadas del mercado.

Demanda a Facebook por monopolio

Pero la gran noticia no llegaría hasta el 9 de diciembre: En Estados Unidos, la Federal Trade Commission (FTC) ha presentado una demanda junto a los Fiscales Generales de 46 estados contra Facebook por monopolio, en la que solicita abiertamente al tribunal que obligue a la compañía a realizar desinversiones, es decir, a que trocee la compañía deshaciéndose de Whatsapp e Instagram.

En su comunicado, la Comisión señala las compras de WhatsApp e Instagram como hechos clave. Con esas adquisiciones, dice la Comisión, Facebook consiguió neutralizar a dos importantes rivales en el mercado de las redes sociales, aumentar su dominio en el mismo, acaparar el mercado publicitario y dejar a los consumidores sin opciones reales para sus redes sociales, privando a los anunciantes de los beneficios de la competencia.

En la demanda de la FTC ha tenido un papel clave el informe de la comisión mixta de investigación sobre prácticas monopolísticas publicado

en octubre, cuyas conclusiones señalaban, además de lo mencionado arriba, que,

la ausencia de competidores reales para la compañía se ha traducido en una caída de la calidad, con un aumento de los bulos y las 'fake news' en la plataforma, así como unas peores políticas de privacidad.

Aunque sin duda son buenas noticias, no debemos olvidar que se trata de medidas legislativas de los Estados Unidos para los Estados Unidos, cuando el problema de las grandes tecnológicas es global. Los ingresos de Facebook procedentes de los Estados Unidos y Canadá suponen menos de la mitad del total. La mayor parte de los ingresos de Apple y Google también provienen de fuera de Estados Unidos, y casi la mitad de los ingresos de Microsoft provienen del extranjero. Una gran mayoría de los ingresos totales de Amazon proviene de sus operaciones domésticas pero su servicio de datos en la nube (Amazon Web Services) ya domina el mercado mundial.



Un país, de forma individual, puede suponer una parte pequeña de los ingresos de las plataformas y sin embargo ver su mercado capturado por estas. Por ejemplo, en los cinco mayores países de Europa (Francia, Alemania, Italia, Reino Unido y España), Google y Facebook controlan el 73 % de la publicidad online local, y se prevé que aumente. Ni hablar del porcentaje de teléfonos que funcionan con software de Android o de Apple, cercano al 100 %, o los ordenadores domésticos que usan Windows o IOS. La Unión Europea ya ha demostrado ser capaz de regular lo digital, pero cuando los mercados están capturados, el esfuerzo y la estrategia deben ser también globales.

China y sus GAFAM (los BAT: Baidu, Alibaba y Tencent)



Aunque en Europa no siempre lo tengamos presente, el tamaño y el poder de las grandes tecnológicas chinas es equivalente a las norteamericanas. Tal vez por ello, en la batalla contra los monopolios, nadie ha pensado en las big tech del país asiático, dando por supuesto que el

gobierno de Pekín las defendería con fruición, aunque solo fuera por su importancia como rama exportadora.

La sorpresa fue general cuando en noviembre el gobierno chino publicó un borrador de reglas con el objetivo de frenar el comportamiento monopolístico de sus gigantes plataformas de Internet, una medida dirigida sobre todo a las plataformas de comercio electrónico, las aplicaciones de entrega de comida a domicilio y las plataformas de pago, entre otras. El objetivo de la nueva norma es fomentar la libre competencia y proteger a los consumidores y está dirigida a gigantes como Alibaba, Tencent, JD.com, Pinduoduo o Meituan.

Pocos días antes de cerrar este Boletín, la Oficina Antimonopolio china anunciaba la imposición de multas a Alibaba y Tencent por no cumplir con los procedimientos antimonopolísticos fijados por ley en la adquisición de otras empresas. En concreto, la sentencia considera que las empresas no entregaron «la documentación que especificaba que las operaciones representaban una concentración de actores del mercado, aunque estas no tuvieron un efecto de exclusión o restricción de la competencia».

La Oficina Antimonopolio les ha impuesto la multa máxima. Su monto es simbólico y más para estos gigantes. Pero se interpreta como un primer aviso. Vendrán más.

Una recomendación

La fábrica de cretinos digitales: Los peligros de las pantallas para nuestros hijos»



Michel Desmurget.
Editorial Península.

Número 1 en ventas en Francia. Define a los nativos digitales como «individuos privados de lenguaje, cultura y pensamiento... pasto de los populismos». Recoge los resultados de las evaluaciones realizadas a nivel internacional en educación, que evidencian que cuanto más se invierte en tecnologías aplicadas a la educación más baja el nivel de los estudiantes.



Fundación Instituto Hermes
C/. Orense 81, 7ª planta - 28020 Madrid
fundacion@institutohermes.org
<https://institutohermes.org>