



Carta abierta: La sociedad civil solicita una Ley de Servicios Digitales que beneficie a las personas y sea compatible con los derechos humanos.

Estimada Ministra Nadia María Calviño Santamaría, Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación digital,

Estimada Carme Artigas Brugal, Secretariado de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial,

Estimada Ministra Pilar Llop, Ministerio de Justicia,

Estimada Ministra Diana Morant, Ministerio de Ciencia e Innovación,

01.03.2022

Las 72 organizaciones de la sociedad civil europea abajo firmantes, representadas en España por Rights International Spain (RIS), Amnesty International España y PLATAFORMA POR LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN (PLI), le escribimos para compartir nuestras preocupaciones, recomendaciones e ideas para que la Ley de Servicios Digitales (DSA) beneficie a las personas y sea compatible con la protección de los derechos fundamentales en toda la UE.¹

Publicidad en línea personalizada no deseada y patrones oscuros

Para hacer frente a las consecuencias tóxicas de los modelos de comercio basados en la publicidad personalizada, **creemos que los Estados miembros de la Unión Europea deben apoyar la propuesta del Parlamento Europeo de incluir el Artículo 13 bis (“Diseño y organización de interfaces en línea”) y reforzar el Artículo 24 (“Transparencia sobre la publicidad en línea”) de la DSA.**

Los patrones oscuros son interfaces de software manipuladoras, diseñadas para engañar a los usuarios para que consientan compartir sus datos personales contra su voluntad. La prohibición del uso de dichos patrones oscuros en el Artículo 13 bis permitirá a las personas tomar decisiones, con conocimiento de causa, sobre cómo y con quién desean compartir en línea sus datos. La exclusión de los datos personales de tipo muy sensible, solicitados con el fin de mostrar publicidad personalizada (Artículo 24) aumentará la protección por defecto de las personas en línea y evitará los abusos y las prácticas ilícitas de recolección de datos.

Los anuncios personalizados en línea amenazan los derechos humanos, sobre todo el derecho a la privacidad, con una serie de efectos en cadena sobre otros derechos como la libertad de opinión y expresión, la libertad de pensamiento y el derecho a la igualdad y la no discriminación. Esta práctica se basa en la recolección masiva de datos personales y el uso de inferencias algorítmicas y puede llevar a la manipulación del debate público, la discriminación y la amplificación de contenidos nocivos.² Por último, la publicidad personalizada permite la explotación de las vulnerabilidades de las personas,

perpetuando los prejuicios y la marginación ya existentes, y puede conducir a la exclusión de determinados grupos de personas, como las mujeres y los mayores, en el caso de anuncios de empleos.³

En realidad, la mayoría de la gente no desea anuncios personalizados⁴ y opta por eliminar el rastreo cuando se le da la posibilidad de hacerlo.⁵ Además, a las pequeñas y medianas empresas les gustaría que las grandes plataformas en línea estuvieran sujetas a una regulación más estricta de la utilización de los datos personales para la publicidad dirigida.⁶

La DSA tiene el potencial para cambiar el fallido sistema basado en la recolección de datos y para proteger los derechos fundamentales de los usuarios de Internet. La DSA debe suprimir progresivamente el modelo dominante de comercio con publicidad en línea personalizada y prohibir los patrones oscuros que engañan a los usuarios para que compartan datos personales que, en otras condiciones, no desearían compartir.

Con la inclusión del artículo 13 bis y el refuerzo del artículo 24 tal como propone el Parlamento Europeo, la DSA también allana el camino hacia formas de publicidad digital más respetuosas con los derechos, como la publicidad basada en información contextual, que ha demostrado ser beneficiosa y eficaz, tanto desde el punto de vista del usuario,⁷ como desde el económico.⁸

Promoción de los derechos fundamentales en la DSA

El derecho a la privacidad y a la protección de los datos personales son derechos fundamentales consagrados en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea. Por lo tanto, la DSA debe garantizar la protección de esos derechos, incluida la protección del seudónimo en los espacios públicos en línea y el derecho de las personas a comunicarse y expresarse sin ninguna vigilancia establecida.

Para promover estos derechos, **los Estados miembros deben aceptar las propuestas del Parlamento Europeo en el Artículo 7: “Ninguna obligación de conservar de manera general e indiscriminada los datos personales” y “Ningún impedimento a que los prestadores de servicios intermediarios proporcionen servicios cifrados”. Ambas propuestas mejorarían enormemente la protección de los derechos fundamentales y el panorama de la ciberseguridad en la UE, al ayudar a la reducción del riesgo de filtraciones de datos, robos de identidad, robos de cuentas en línea, vigilancia selectiva de periodistas, así como pérdidas financieras y otras formas de ciberataques.**

De cara al triálogo previsto para las próximas semanas, le agradecemos que tenga en cuenta nuestras recomendaciones y esperamos que pueda impulsar la contribución de la DSA a un entorno en línea respetuoso con los derechos en Europa y en todo el mundo.

También agradeceríamos sinceramente una reunión personal/virtual en la que discutir en profundidad nuestras recomendaciones y otras cuestiones relevantes de política digital.

Gracias por su atención.

1. European Digital Rights
2. Civil Liberties for Europe
3. Amnesty International
4. Amnesty Germany
5. Amnesty Spain
6. Amnesty France
7. Amnesty Italy
8. Amnesty Luxembourg
9. Amnesty Denmark
10. Amnesty Netherlands
11. PLATAFORMA POR LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN (PLI)
12. Global Forum for Media Development
13. Sum of Us
14. Homo Digitalis
15. Access Now
16. Centre for Democracy & Technology, Europe Office
17. Equipo Implementación Decenio Afrodescendiente
18. Vrijschrift.org
19. European Youth Forum
20. Iuridicum Remedium (IuRe)
21. Gong
22. Elektronisk Forpost Norge
23. Rights International Spain
24. Controle Alt Delete
25. Digitale Gesellschaft e.V.
26. Maruf Foundation
27. ASOCIACIÓN USUARIOS FINANCIEROS - ASUFIN
28. COGAM, Colectivo LGTB+ de Madrid
29. Ranking Digital Rights
30. Committee to Protect Journalists
31. Global Witness
32. Peter Tatchell Foundation
33. Je Suis Là
34. Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)
35. European Roma Grassroots Organisations Network
36. Associazione Antigone
37. Peace Institute
38. Digitas Institute
39. Alliance4Europe
40. Democracy and Human Rights Education in Europe
41. Fair Vote
42. UNBLACK THE BOX
43. The Signals Network
44. Irish Council for Civil Liberties
45. Global Action Plan
46. Alianza por la Solidaridad-ActionAid
47. IT-Pol
48. Reframe Health and Justice
49. Human Rights Monitoring Institute
50. Bulgarian Helsinki Committee
51. Racism and Technology Center
52. Avaaz Foundation
53. EUROPEAN FEDERATION OF PUBLIC SERVICE UNIONS
54. Health Action International
55. epicenter.works - for digital rights
56. LobbyControl
57. Bits of Freedom
58. Estonian Human Rights Centre
59. Lie Detectors
60. Center for Economic Justice
61. Defend Democracy
62. Ligue des droits humains
63. Global Voices
64. Waag
65. Wikimedia Deutschland e. V.
66. Panoptykon Foundation
67. European Center For Not-For-Profit Law (ECNL)
68. Institute for Strategic Dialogue (ISD)
69. DataEthics.eu
70. Centre for Research on Multinational Corporations (SOMO)
71. Fitug e.V.
72. Državljan D / Citizen D

Notas

- 1 Si desea más información sobre nuestras recomendaciones: EDRI, “DSA trilogue recommendations EDRI 2022”, disponible en: <https://cloud.edri.org/index.php/s/iTi8D9fbwexcob4>, EDRI, febrero 2022.
- 2 Amnistía Internacional, Surveillance Giants: How the Business Model of Google and Facebook Threatens Human Rights, 2019, disponible en: <https://www.amnesty.org/en/documents/pol30/1404/2019/en/>; Discrimination through optimization: How Facebook’s ad delivery can lead to skewed outcomes, arXiv:1904.02095, abril 2019, disponible en: <https://arxiv.org/abs/1904.02095>; TIME TO BAN SURVEILLANCE-BASED ADVERTISING The case against commercial surveillance online, Forbrukerradet, junio 2021, disponible en: <https://www.forbrukerradet.no/wp-content/uploads/2021/06/20210622-final-report-time-to-ban-surveillance-based-advertising.pdf>; Galaski, Simon, Solutions for Targeted Political Advertising on Online Platforms, Civil Liberties Union for Europe, 2 de noviembre, 2021, disponible en: https://dq4n3btxmr8c9.cloudfront.net/files/MM-Oxv/Solutions_for_Regulating_Targeted_Political_Advertising_on_Online_Platforms.pdf
- 3 Algorithms of trauma: new case study shows that Facebook doesn’t give users real control over disturbing surveillance ads, Panoptikon Foundation, septiembre 2021, disponible en: <https://en.panoptikon.org/algorithms-of-trauma>; How Facebook’s ad targeting may be in breach of UK equality and data protection laws, Global Witness, septiembre 2021, disponible en: <https://www.globalwitness.org/en/campaigns/digital-threats/how-facebooks-ad-targeting-may-be-in-breach-of-uk-equality-and-data-protection-laws/>
- 4 Do people really want personalised ads online? Global Witness, abril 2021, disponible en: <https://www.globalwitness.org/en/blog/do-people-really-want-personalised-ads-online/>
- 5 96% of US users opt out of app tracking in iOS 14.5, analytics find, ars Technica, mayo 2021, disponible en: <https://arstechnica.com/gadgets/2021/05/96-of-us-users-opt-out-of-app-tracking-in-ios-14-5-analytics-find/>.
- 6 France/Germany: Small businesses want EU to get tough on Google and Facebook’s invasive advertising – new research, Amnistía Internacional, enero 2022, disponible en: <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2022/01/france-germany-small-businesses-want-eu-to-get-tough-on-google-and-facebooks-invasive-advertising-new-research/>
- 7 The IAB Europe Guide to contextual advertising, IAB Europe, julio 2021, disponible en: <https://iab europe.eu/wp-content/uploads/2021/07/IAB-Europe-Guide-to-Contextual-Advertising-July-2021.pdf>
- 8 Sustainable without surveillance, ICCL review of sustainable publishing and tracking-based advertising, Irish Council for Civil Liberties, octubre 2021, disponible en: <https://www.iccl.ie/wp-content/uploads/2021/10/Sustainable-without-surveillance.pdf>