

La desventaja en el sector de Internet para las pequeñas empresas, respecto a las multinacionales de más recursos, pasa por el tener que competir con desigualdad ante la ley

Protección de datos: café para todos

Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña

España, mi país, posee una Ley de Protección de Datos tremendamente restrictiva que comparada con la de otros países es de las más duras.

Pero esto no quiere decir que los españoles estemos más seguros y protegidos. No, al contrario. La exposición de nuestros datos y privacidad aparentemente es la misma que en cualquier otro país e incluso ocasionalmente se llegan a imponer sanciones tan absurdas como desproporcionadas. En España hay determinados modelos de negocio, legales y operativos en cualquier lugar del mundo, que chocan con esta Ley de Protección de Datos. Como consecuencia de ello, no pueden ser desarrollados tal y como fueron diseñados originalmente, y requieren de consultoras y expertos en protección de datos (que proliferan en cada esquina) para adaptarse a una realidad compleja, en la que por defecto nada está permitido bajo la intimidatoria sanción de hasta 300.000 euros. Esta ley hace que en el sector de



Internet las empresas tengan un doble hándicap: el de luchar contra multinacionales con muchos más recursos, por su fácil acceso a financiación y a capital riesgo, y la de tener que competir en desigualdad de condiciones ante la ley. Una premisa básica en mi país es la de adaptarse a una ley de protección de datos que muchas de las multinacionales americanas, operando desde su matriz en Estados Unidos, incumplen sistemáticamente, ya que también muchas de ellas se acogen a la legislación de su país de origen, que

es mucho menos restrictiva.

En la actualidad Google se enfrenta a cinco expedientes en España por protección de datos. Tras una investigación de seis meses, la Agencia de Protección de Datos (AEPD) ha llegado a la conclusión de que por medio de su servicio Google Street View, el gigante americano podría haber cometido hasta cinco infracciones graves y muy graves sobre la captación y almacenamiento de datos personales. De confirmarse el expediente y la sanción, las multas podrían llegar a los 2,4 mi-

llones de euros, que serían suficientes para hacer quebrar a casi cualquier empresa en mi país, pero que, tratándose de Google, serán irrisorias. De hecho, sólo en mi país se "estima" que el negocio de Google alcanza los 227 millones de euros, según Price WaterHouse-Coopers y datos aportados por la IAB. Y se trata de una "estimación", ya que la compañía no aporta información de su cifra de negocio desglosada por países y, según el registro mercantil, facturó en España en 2007 poco más de 11 millones de euros. Algunos lo llaman fiscalidad creativa; en la práctica se trata de aprovechar y facturar sus beneficios en España por un tercer país, Irlanda, donde existen determinados beneficios fiscales.

Hace pocas fechas, el periódico **Wall Street Journal** afirmaba que el otro gran gigante de Internet, Facebook, había transmitido datos personales de millones de usuarios a sus anunciantes. Esto, de confirmarse, obligaría de nuevo en mi país a abrir un expediente por la Agencia Española de Protección de Datos y a establecer una sanción ejemplarizante. Pero, no nos engañemos, es sólo la

De hecho, sólo en mi país se "estima" que el negocio de Google alcanza los 227 millones de euros

En la actualidad Google se enfrenta a cinco expedientes en España por protección de datos

punta del *iceberg*. Google o Facebook no son las únicas empresas que incumplen la Ley, casi ninguna de las empresas que pretenden operar en mi país la cumplen y esto lo considero un sinsentido. O se adapta la ley o se obliga a cumplirla, y lo que ocurre en mi país sucede también en otros países a nivel mundial que tendrían que tomar también cartas en el asunto.

La ley de protección de datos que impera en cada territorio debe evitar discriminar a sus propias empresas, que están obligadas a adaptarse a ella en desigualdad de condiciones. En definitiva se trata de que el café, aunque sea agrio, sea el mismo para todos.

CEO Ocio Networks

TECNOLOGÍA EN MOVIMIENTO

Innovaciones y nuevos paradigmas

En camino vienen tecnologías que cambiarán los paradigmas de lo cotidiano, como la forma de hablar por teléfono, baterías que se nutrirán del aire, y sistemas para reciclar el calor que generan las computadoras.



Argélida Gómez
Periodista de Tecnología

Al tiempo que bate récord con 5.896 patentes estadounidenses en 2010, IBM nos devala grandes innovaciones que en los próximos cinco años darán un vuelco a la manera en que las personas trabajan, viven o juegan. Se trata de innovaciones signadas por tendencias sociales, de mercado y tecnologías

Se trabaja en baterías que usan el aire que respiramos para reaccionar...

emergentes, donde sus laboratorios tienen mucho que decir.

Las imágenes y videos en 3D llegarán a nuestros celulares, y esto se hará posible cuando las cámaras holográficas sean más sofisticadas y se miniaturicen al punto de caber en el móvil. Esto permitirá navegar y conversar de formas totalmente nuevas.

Los científicos trabajan para que las videollamadas se tornen conversaciones holográficas. La técnica usa haces de luz diseminados de objetos y reconstruye su imagen, una técnica similar a la que emplea el ojo humano.

Las nuevas computadoras serán realmente verdes, las innovaciones en su diseño permitirán que el calor y energía excesivos que emiten se recicle y, por ejemplo, calentar edificios en invierno o dar energía eléctrica para aire/a. en el verano. Con ello disminuirán sensiblemente su huella del carbono.

Se trabaja en baterías que usan el aire que respiramos para reaccionar con metal denso de energía, eliminando un inhibidor clave para obtener baterías que duren más. Si hay éxito, el resultado generará una batería ligera, poderosa y recargable. argeros@yahoo.com