

eBay subasta un ordenador con datos bancarios de un millón de personas



Los datos bancarios de alrededor de un millón de clientes, incluyendo nada menos que sus números de cuenta, sus teléfonos personales y sus propias firmas electrónicas, han sido encontrados en el disco duro de un ordenador que fue vendido en Inglaterra a través de eBay, la compañía estrella de subastas por internet. Menos mal que tan valiosa información fue a parar a manos de un ciudadano honrado -informático de profesión- que, nada más

percatarse de lo que allí había, dio aviso de inmediato a la Policía.

Según se desprende de la información publicada ayer por la prensa británica, la historia de este hecho se resume más o menos de este modo: un ex empleado de Graphic Data vendió en eBay un ordenador usado por el módico precio de 35 libras (alrededor de 44 euros), sin que antes nadie hubiera borrado del mismo la información personal que afectaba a un millón de clientes.

Dicha información, según el diario «The Independent», pertenecía a Graphic Data, una compañía de Essex (en el sureste de Inglaterra) que almacena datos financieros de varias organizaciones. En este caso concreto, añade el rotativo, los ya mencionados números de cuenta y de teléfonos, así como las respectivas firmas del millón de personas afectadas, pertenecen a clientes de American Express y de los bancos NatWest y Royal Bank of Scotland.

Del mismo modo, una portavoz de eBay, Jenny Thomas, reconoció también ayer que un objeto de esas características y con un contenido tan particular -es decir, el ordenador de marras con los datos personales de un millón de personas- nunca debió haberse vendido por internet. Ahora, añadió Thomas, eBay colabora también con Graphic Data para investigar un incidente que ayer ya había dado la vuelta al mundo a través de internet, el mismo medio por el que se produjo la venta.

Afp recuerda que ésta no es la primera vez que los británicos se desayunan con la noticia de que sus datos personales podrían estar en manos de extraños. En noviembre de 2007, el Gobierno británico admitió que se habían perdido dos discos compactos con información personal de 25



Protección de Datos 'no ve probado' que Correos vulnerase el secreto de los datos personales de un empleado y lo exonera

La Agencia Española de Protección de Datos dictó una resolución en la que exoneró a Correos 'de toda responsabilidad' en relación a la demanda planteada por una supuesta vulneración del secreto de los datos personales de un trabajador.

De este modo, estimó el recurso interpuesto por la empresa postal al 'no quedar probado' que dicha vulneración se hubiese producido y, por lo tanto, dejó sin efecto la multa de 100.000 euros impuesta en abril de este año.

Esta denuncia fue presentada por uno de sus trabajadores en A Coruña, al que la compañía denegó una licencia por enfermedad ante un informe del jefe del servicio médico; con lo que concluyó que 'una persona distinta de él mismo y de los servicios médicos' había accedido a datos sobre su salud.

millones de personas, y un mes después se extraviaron discos con información personal de al menos tres millones de personas más.

La publicidad en los móviles en el ojo de mira

La AEPD (Agencia Española de Protección de Datos) ha iniciado una nueva investigación de oficio con el objetivo de conocer los métodos con los que las compañías que envían mensajes publicitarios a teléfonos móviles obtienen los números a los que esta publicidad es emitida.

El creciente mercado de la telefonía ha supuesto una nueva oportunidad y un medio directo para llegar con la publicidad de forma directa a los consumidores. Sin embargo, es bien sabido que ello está siendo aprovechado por algunas compañías que recurren al spam publicitario o al envío de mensajes no solicitados.

Al respecto, los últimos datos ofrecidos por el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) reflejan que un 68,2% de los usuarios de teléfonos móviles españoles aseguran haber recibido alguna llamada o SMS con fines publicitarios de productos o empresas sobre la que no tenía constancia de haber dado sus datos.

La propia ley de protección de datos esclarece que estos datos personales sólo pueden ser utilizados para el fin que se han solicitado y ello no implica que por esta razón debamos recibir sms o mensajes publicitarios aunque la propia ley prevé que si existe una relación comercial previa, la empresa puede ponerse en contacto con sus clientes y esto es sin duda un aspecto sobre el cual se apoyan muchas compañías para desarrollar lo que se llama "marketing móvil".

También el Ministerio de Sanidad y Consumo actuará por la vía judicial contra aquellas operadoras de telecomunicaciones que lleven a cabo "spam telefónico" o publicidad no solicitada.

Con esta medida se intenta evitar que las compañías de telecomunicaciones lleven a cabo este tipo de prácticas y para ello será enviado un comunicado con carácter disuasorio a las principales operadoras para informarles de la ilegalidad del "spam", y de que se considerará publicidad agresiva e infracción grave o muy grave en la nueva normativa que el Ministerio tiene previsto desarrollar cuando exista reincidencia.