



“SIENTO QUE NO SE ME PROTEGE”

EMBOSCADA EN LA RED DE VIGILANCIA DE TIKTOK

Amnistía Internacional es un movimiento integrado por 10 millones de personas que activa el sentido de humanidad dentro de cada una de ellas y que hace campaña en favor de cambios que permitan que todo el mundo disfrute de sus derechos humanos. Nuestra visión es la de un mundo donde quienes están en el poder cumplen sus promesas, respetan el derecho internacional y rinden cuentas. Somos independientes de todo gobierno, ideología política, interés económico y credo religioso, y nuestro trabajo se financia principalmente con las contribuciones de nuestra membresía y con donativos. Creemos que actuar movidos por la solidaridad y la compasión hacia nuestros semejantes en todo el mundo puede hacer mejorar nuestras sociedades.

© Amnesty International 2023

Salvo cuando se indique lo contrario, el contenido de este documento está protegido por una licencia 4.0 de Creative Commons (atribución, no comercial, sin obra derivada, internacional) (véase <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode.es>)

El material atribuido a titulares de derechos de autor distintos de Amnistía Internacional no está protegido por la licencia Creative Commons.

Para más información, visiten la página Permisos del sitio web de Amnistía Internacional.

Publicado por primera vez en 2023

por Amnesty International Ltd

Peter Benenson House, 1 Easton Street

London WC1X 0DW, Reino Unido



Foto de portada: © Luisa Balaban

Index: POL 40/7349/2023 SPANISH

Idioma original: Inglés

[amnesty.org](https://www.amnesty.org)

**AMNISTÍA
INTERNACIONAL**



RESUMEN EJECUTIVO

Vídeos de bailes de moda, retos, recetas de cocina, playback... TikTok puede ser fuente de abundante contenido creativo, donde las personas usuarias descubren novedades y encuentran comunidades. En apenas unos años, eso le ha permitido convertirse en una de las mayores empresas de redes sociales del mundo, con más de 1.000 millones de personas usuarias, muchas de ellas entre los 13 y los 17 años de edad. Sin embargo, tras el feed de desplazamiento infinito lleno de vídeos de playback y coreografías de baile se esconde un modelo de negocio altamente extractivo que, en su misma esencia, menoscaba los derechos humanos.

Este modelo de negocio se basa en la recolección de cantidades masivas de datos personales sobre la conducta de cada persona usuaria. Luego TikTok utiliza estos datos para crear perfiles de las personas usuarias y generar inferencias sobre ellas, lo que le permite segmentarlas en grupos que pone a disposición de los anunciantes para que se dirijan a ellas mediante contenidos y anuncios altamente personalizados.

Un elemento central del éxito de TikTok y parte definitoria de la experiencia de usuario es su página “Para ti”, que se ofrece por defecto a las personas usuarias. Se trata de un feed basado en un sistema de recomendación algorítmico que ofrece contenido personalizado de probable interés para la persona usuaria en concreto. El feed “Para ti” se presenta a menudo como el resultado más sofisticado de una tendencia hacia feeds cada vez más hiperpersonalizados, donde las personas usuarias tan sólo tienen que visualizar los contenidos recomendados durante diferentes periodos para que el sistema de algoritmos calibre sus intereses, los asocie a los contenidos de vídeo disponibles y les ofrezca recomendaciones y anuncios más personalizados. El feed “Para ti” está optimizado para predecir, con una precisión asombrosa, qué contenidos atraerán a una persona usuaria concreta y harán que siga interactuando con la plataforma, lo que facilita que se recojan cada vez más datos.

El presente documento se basa en el informe Gigantes de la vigilancia, publicado por Amnistía Internacional en 2019, donde se ponía de relieve el modo en que el abuso contra el derecho a la privacidad constituye el núcleo del modelo de negocio basado en la vigilancia que utilizan las grandes empresas tecnológicas, en particular las principales plataformas de redes sociales. Este modelo se basa en la recolección masiva, el almacenamiento, el análisis y la subsiguiente explotación de datos relativos a las personas usuarias, a las que se rastrea en Internet —mediante las aplicaciones de su teléfono— y en el mundo físico. Estas empresas recopilan infinidad de datos sobre lo que buscamos, adónde vamos, con quién hablamos, qué decimos y qué leemos. A través del análisis que hace posible el aprendizaje automático, pueden inferir nuestros estados de ánimo, etnia, orientación sexual, opiniones políticas y vulnerabilidades, entre otras cosas. Algunas de estas características —incluidas aquéllas protegidas por la legislación sobre derechos humanos— se ponen luego a disposición de terceros para que puedan ofrecer publicidad selectiva a internautas.

En el suplemento de este informe, Empujados a la oscuridad: El feed “Para ti” de TikTok fomenta la autolesión y la ideación suicida, Amnistía Internacional expone las consecuencias que tiene sobre la salud física y mental de niños, niñas y jóvenes en la vida real este modelo de negocio basado en la vigilancia. En este informe se analizan los riesgos que TikTok supone para la salud física y mental de niños, niñas y jóvenes, sobre todo para quienes presentan ya algún problema de salud mental. Se expone el modo en que el sistema de recomendación algorítmico de TikTok expone a niños, niñas y jóvenes a graves riesgos para la salud, a través de un diseño que convierte sus vulnerabilidades psicológicas en una forma de maximizar su interacción con la plataforma y los beneficios empresariales. De este modo, existe el riesgo de que TikTok exponga a una persona joven con síntomas depresivos a un feed de la red social compuesto por un alto volumen de publicaciones que comentan, normalizan o incluso idealizan el pensamiento depresivo, las autolesiones y el suicidio, lo que tiene el potencial de intensificar problemas de salud mental preexistentes en personas usuarias jóvenes y podría contribuir a la comisión de actos nocivos e incluso devastadores en el mundo real.

Este informe se basa en una investigación llevada a cabo por Amnistía Internacional entre septiembre de 2022 y octubre de 2023 acerca de las políticas y prácticas de privacidad y publicidad de la plataforma de redes sociales TikTok con respecto a personas usuarias menores de 18 años.

Para recabar más información sobre las políticas de TikTok en relación con dichas personas usuarias y los procesos de diligencia debida de la empresa, desde Amnistía Internacional enviamos a TikTok varias preguntas por escrito —así como una carta en la que se exponían nuestros hallazgos— e invitamos a TikTok a responderlas. TikTok no coincidió con todas nuestras conclusiones. Sus respuestas completas figuran en el Anexo II.

Además, el informe se sustenta en un estudio llevado a cabo por la organización en forma de cuestionario online, distribuido a través de los canales de redes sociales de Amnistía y las organizaciones asociadas, y al que respondieron 550 niños, niñas y jóvenes de 13 a 24 años de 45 países entre octubre y noviembre de 2022. En el cuestionario se preguntaba sobre el uso de las principales plataformas de redes sociales y las experiencias en estas plataformas, con miras a comprender mejor las vivencias, las preocupaciones y las actitudes hacia las redes sociales.

El análisis de Amnistía Internacional sobre el modelo empresarial basado en la vigilancia —que utilizan las empresas de redes sociales, TikTok incluida— expone el marco internacional de derechos humanos pertinente en relación con los derechos a la privacidad, la libertad de pensamiento, la libertad de opinión y a no sufrir discriminación, y cómo se ven afectados por dicho modelo. También examina las protecciones específicas con las que cuentan los niños y las niñas en virtud del derecho internacional y señala las medidas clave que deben adoptar los Estados para garantizar que las operaciones de las empresas de redes sociales respetan los derechos y el interés superior de la infancia, tal como recomiendan los órganos creados en virtud de tratados y los expertos y expertas de Naciones Unidas (ONU).

El análisis de Amnistía Internacional muestra el modo en que el modelo empresarial basado en la vigilancia representa una intrusión en la vida privada de miles de millones de personas que no puede considerarse en ningún caso necesaria ni proporcionada. Las empresas de redes sociales, TikTok incluida, condicionan el acceso a sus servicios a que las personas usuarias “consientan” el tratamiento y, en ocasiones (según la ubicación de la persona usuaria), el uso compartido de sus datos personales con fines de marketing y publicidad, lo que contraviene directamente el derecho a decidir cuándo y cómo pueden compartirse datos personales con terceros, establecido en la legislación de protección de datos de muchos países.

No obstante, la investigación con niños y niñas de entre 11 y 16 años ha demostrado que a menudo no comprenden las consecuencias de las violaciones de la privacidad a gran escala. En investigaciones ampliadas se ha demostrado que las condiciones de las plataformas de redes sociales más populares

no son fácilmente accesibles ni comprensibles para niños y niñas de entre 13 y 17 años. Como indicó “Ella”, noruega de 17 años, en la encuesta de Amnistía Internacional:

“Resulta muy invasivo, como si lo supieran todo sobre mí. En cierto modo me siento expuesta.

Intento leerlas [las condiciones] siempre que me registro en algo, pero son muy difíciles de entender, así que al final paso por encima sin comprenderlas realmente.”

Eso significa que cualquier consentimiento que otorguen niños, niñas o jóvenes no puede considerarse genuinamente libre e informado, lo que incide directamente en su capacidad para mantener el control sobre su propia información.

En último lugar, el uso de sistemas algorítmicos por parte de las empresas para crear e inferir perfiles detallados sobre las personas interfiere en la capacidad de los niños y las niñas para conformar sus propias identidades en una esfera privada. Este hecho es especialmente importante si se tienen en cuenta las capacidades evolutivas de los niños y las niñas, que crecen, se desarrollan y prueban nuevas identidades continuamente.

El modelo de negocio de muchas empresas de redes sociales, incluida TikTok, basado en la vigilancia menoscaba todos y cada uno de los tres elementos del derecho a la privacidad hasta tal punto que mina la esencia misma de la privacidad.

Además, al igual que sucede con el derecho a la privacidad, el modelo de negocio basado en la vigilancia que aplican TikTok y otras plataformas de redes sociales conlleva implicaciones que afectan a los tres elementos del derecho a la libertad de pensamiento y, en especial, al primero: el derecho a reservarnos los pensamientos y opiniones.

Las empresas de redes sociales también pueden socavar el derecho a no sufrir discriminación a través de diversas prácticas, entre otras la forma en que se segmentan los contenidos y los anuncios, la amplificación de contenidos que discriminan a una categoría de personas o comunidad en particular, y la aplicación de políticas de manera discriminatoria. Por ejemplo, existe el riesgo de que las empresas de redes sociales abusen contra el derecho a no sufrir discriminación, a través de sus prácticas publicitarias y de las categorías que ofrecen a los anunciantes para seleccionar a las personas usuarias.

El informe concluye que, dado que la tecnología avanza a un ritmo cada vez más rápido, a la legislación y los procesos normativos de todo el mundo les cuesta llevar el paso. Se han hecho escasos avances encaminados a abordar los riesgos sistémicos asociados a las grandes plataformas de redes sociales y, hasta la fecha, son pocos los Estados u organizaciones regionales que han adoptado legislación al respecto.

Entre las escasas jurisdicciones que han tomado medidas figura la Unión Europea, cuya Ley de Servicios Digitales —adoptada en julio de 2022— se convirtió en la primera normativa importante de ámbito regional sobre las “grandes empresas tecnológicas” encaminada a limitar los efectos nocivos de las plataformas de redes sociales, por ejemplo prohibiendo la intrusiva “publicidad personalizada” dirigida a menores de edad.

Aunque la prohibición de la publicidad personalizada para menores de edad en Europa supone un paso en la dirección correcta y creará experiencias más respetuosas con la privacidad para las personas usuarias adolescentes, se ha descubierto que “la mejor manera de impedir que se vendan en Internet los datos personales de niños y niñas es prohibir que se segmente la publicidad online con datos personales de las personas usuarias”.

Como resultado de la concienciación cada vez mayor sobre los riesgos que plantean las redes sociales para el derecho a la privacidad, en particular de niños y niñas, están aumentando los motivos de preocupación y la presión pública, lo que ha dado lugar a un número creciente de investigaciones por parte de las autoridades de protección de datos acerca del uso indebido de los datos, incluidos los de

niños y niñas, en algunas jurisdicciones. TikTok no ha sido inmune a este tipo de medidas normativas; se han producido diversos litigios importantes en relación con sus políticas y prácticas de privacidad y recolección de datos en menores de edad, que han dado lugar a multas.

A fin de determinar si TikTok respeta los derechos de los niños y las niñas que utilizan la plataforma, en este informe se revisan las políticas de privacidad de TikTok y otros documentos de acceso público relativos a la recolección de datos y las prácticas publicitarias. La política de TikTok se divide en tres regiones: Espacio Económico Europeo/Reino Unido/Suiza, Estados Unidos y Otras regiones. A grandes rasgos, las tres políticas son similares, pero incluyen varias diferencias importantes, lo que significa que el nivel de protección para la privacidad de niños y niñas difiere según la región en la que vivan.

TikTok recopila una ingente cantidad de datos sobre cada persona usuaria, ya que la rastrea en la aplicación y recoge datos sobre su actividad en Internet en general, así como en el mundo físico (por ejemplo, a través de los datos de ubicación y de compras que recibe de terceros asociados), algo que muchas personas usuarias desconocen que aceptan al registrarse y crear una cuenta. La recolección directa e indirecta de esta enorme cantidad de datos constituye un claro abuso contra el derecho a la privacidad. Después, TikTok utiliza estos datos para inferir atributos e intereses de la persona usuaria. Ciertas categorías de intereses pueden corresponderse con información personal sensible o revelarla, así como utilizarse como indicio de características protegidas para seleccionar como objetivo a determinadas personas o excluirlas. Por ejemplo, las personas interesadas en productos para bebés, que probablemente estén esperando uno (incluidas mujeres embarazadas y personas que dan a luz) pueden ser seleccionadas para mostrarles contenidos sobre bebés o excluidas de otros anuncios; del mismo modo, el hecho de que una persona muestre interés por contenidos LGBTI+ podría tomarse como indicio de su orientación sexual. Inferir las características y los intereses de las personas usuarias constituye un abuso contra el derecho a la libertad de pensamiento, en concreto contra el derecho a reservarse los pensamientos.

Además, al comparar las tres políticas de privacidad de TikTok y los datos recogidos bajo su amparo se revelan diferencias clave, sobre todo con respecto al volumen de datos de las personas usuarias que se recogen en el EEE/Suiza/Reino Unido y de las sujetas a la política para Otras regiones, lo que crea un mosaico discriminatorio. Este dato es especialmente preocupante, puesto que en muchas partes del mundo los datos de los niños y las niñas a partir de 13 años se tratan igual que los de las personas adultas.

Todas las empresas tienen la responsabilidad de respetar todos los derechos humanos con independencia del lugar del mundo donde operen y en todas sus actividades. Por tanto, para cumplir con sus responsabilidades según lo establecido en los Principios rectores de la ONU sobre las empresas y los derechos humanos, TikTok debería llevar a cabo la adecuada diligencia debida en materia de derechos humanos para identificar, prevenir y mitigar los daños potenciales y reales, y explicar cómo los aborda. Como parte de la diligencia debida en este ámbito, esta empresa debería haber identificado los riesgos para niños, niñas y jóvenes inherentes al diseño de su plataforma, sus prácticas de recolección de datos y su sistema de recomendación algorítmico. En su respuesta a las conclusiones de Amnistía Internacional, TikTok no indicó qué riesgos específicos había identificado. Es importante señalar que TikTok también comunicó que estaba desarrollando un proceso de diligencia debida en materia de derechos humanos para toda la empresa, dando a entender que aún no dispone de él. Por tanto, TikTok no efectúa una adecuada diligencia debida en materia de derechos humanos acorde a las normas internacionales y, en consecuencia, incumple su responsabilidad de respetar los derechos humanos, tal como se establece en los Principios Rectores de la ONU.

El hecho de que TikTok no haya aplicado políticas adecuadas para respetar los derechos de los niños y las niñas deja patente que se precisan leyes y reglamentos más estrictos sobre la protección de datos y la amplificación algorítmica de contenidos en las redes sociales, así como que se hagan cumplir tales leyes y reglamentos para impedir que se recojan datos personales de menores de

edad y se exploten con ánimo de lucro. Los gobiernos de todo el mundo deben avanzar con carácter urgente y mayor rapidez para proteger a las personas frente a los riesgos sistémicos relativos al modelo de negocio de las empresas de redes sociales, adoptando medidas eficaces para prevenir, investigar y penalizar los abusos cometidos y ofrecer resarcimiento por ellos mediante políticas, leyes, reglamentos y resoluciones efectivas en consonancia con el derecho y las normas internacionales de derechos humanos.

También se precisa una transformación completa de los modelos de negocio sobre los que TikTok y otras empresas de redes sociales han construido su actividad. Internet no tiene necesariamente que depender de la vigilancia masiva. De hecho, los abusos a gran escala contra los derechos a la privacidad y a la libertad de pensamiento y opinión no son inherentes a los servicios online, sino que más bien surgen de decisiones de diseño deliberadas cuyo objetivo es permitir que TikTok aumente su base de usuarios y sus beneficios empresariales.

RECOMENDACIONES CLAVE

PARA TIKTOK

Amnistía Internacional pide a TikTok que aplique con urgencia las siguientes recomendaciones:

- TikTok debe dejar inmediatamente de permitir en todo el mundo que los anunciantes se dirijan a niños y niñas menores de 18 años con anuncios personalizados basados en su actividad dentro y fuera de TikTok, como ha hecho ya en el Espacio Económico Europeo, Reino Unido y Suiza.
- Un cambio progresivo a un modelo de empresa respetuoso con los derechos humanos que no se base en un seguimiento de datos invasivo. Como primera medida, TikTok debe garantizar que sus políticas y procesos de diligencia debida en materia de derechos humanos abordan los efectos generalizados y sistémicos que su modelo empresarial tiene en los derechos humanos, concretamente el derecho a la privacidad, el derecho a la libertad de pensamiento y el derecho a la salud.
- TikTok debe dejar de aumentar al máximo la “interacción de las personas usuarias” en detrimento de la salud y otros derechos humanos de quienes las utilizan. En el marco de su proceso de diligencia debida en materia de derechos humanos, TikTok, en colaboración con las personas usuarias —incluidos niños, niñas y jóvenes— y especialistas independientes, debe identificar los elementos de diseño que estimulan el uso adictivo de las plataformas y la comparación social, y sustituirlos por una utilización que se centre en la “la seguridad desde el diseño” y el interés superior de la infancia.
- Para respetar la privacidad y proporcionar a las personas usuarias la posibilidad real de elección y control, la existencia de un ecosistema de redes sociales exento del uso de perfiles no debería simplemente ser una opción sino lo normal. Por consiguiente, los algoritmos determinantes de contenidos que usan TikTok y otras plataformas online no deberían basarse por defecto en la elaboración de perfiles (por ejemplo, a partir del tiempo de visión o la interacción); y deben solicitar la inclusión voluntaria en lugar de la exclusión voluntaria, de manera tal que el consentimiento de inclusión voluntaria se otorgue libremente y sea específico, informado (lo que incluye utilizar un lenguaje adaptado a la infancia) e inequívoco.
- TikTok debe dejar de recopilar datos personales privados y hacer inferencias sobre los intereses, el estado emocional o el bienestar de las personas usuarias a partir del tiempo de visión y su interacción con la finalidad de “personalizar” las recomendaciones de contenido y segmentar la

publicidad. En lugar de utilizar la vigilancia generalizada para adaptar los feeds a los intereses de las personas usuarias, TikTok debería permitir a éstas expresar sus intereses mediante avisos explícitos (por ejemplo, se les podría pedir que indicasen intereses concretos si quisieran recibir recomendaciones personalizadas) y únicamente si ello fuera acompañado de su consentimiento informado, específico y libremente otorgado.

PARA LOS ESTADOS

Para proteger los derechos de los niños, niñas y jóvenes, los Estados deben:

- Impedir que las empresas condicionen el acceso a sus servicios a que las personas usuarias “den su consentimiento” a la recopilación, tratamiento y difusión de sus datos personales para la segmentación de contenidos o con fines comerciales o publicitarios.
- Regular las empresas de redes sociales para que garanticen que los algoritmos que usan las plataformas online a fin de determinar los contenidos no se basan por defecto en la elaboración de perfiles; y que esos algoritmos solicitan la inclusión voluntaria en lugar de la exclusión voluntaria, de manera tal que el consentimiento de inclusión voluntaria se otorga libremente y es específico, informado e inequívoco. La recopilación y el uso de los datos inferidos (por ejemplo, las recomendaciones basadas en el tiempo de visión y los “me gusta”) para personalizar los anuncios y los contenidos deberían estar prohibidos. En cambio, las personas usuarias deberían controlar los intereses declarados o manifestados que desean que la plataforma tome en cuenta en la configuración de su feed. Quienes prefieran un feed basado en recomendaciones personalizadas deben tener la posibilidad de comunicar sus intereses personales a la plataforma basándose en el consentimiento expreso, libremente otorgado e informado, y en avisos expresados en lenguaje adaptado a la infancia.
- Garantizar que se crean organismos nacionales reguladores de la protección de datos, que la independencia de esos organismos se garantiza por ley y que se los dota de suficientes recursos, conocimientos técnicos y facultades para investigar y sancionar de forma significativa —de conformidad con las leyes y normas internacionales— los abusos de los reglamentos de las empresas de redes sociales. Esos organismos deben poder garantizar la supervisión eficaz e independiente del diseño de la plataforma, así como del diseño, el desarrollo y la implementación de los sistemas algorítmicos, a fin de garantizar que las empresas rinden cuentas ante la justicia por la identificación, prevención y mitigación de las vulneraciones de los derechos humanos asociadas con esos sistemas.
- Exigir por ley a las empresas tecnológicas que ejerzan de forma continua y proactiva la diligencia debida en materia de derechos humanos con el objetivo de identificar y abordar los riesgos y los efectos negativos para los derechos humanos de sus actividades a nivel global, incluidos los vinculados a sus sistemas de algoritmos o derivados del conjunto de su modelo empresarial. Si su actividad se dirige a menores de edad o cuenta con menores de edad como personas usuarias finales, las empresas deberían estar obligadas a incorporar los derechos de la infancia en sus procesos de diligencia debida, en concreto para llevar a cabo y poner a disposición pública evaluaciones del impacto sobre los derechos de los niños y niñas, prestando especial atención a los efectos diferenciados —y en ocasiones graves— que el entorno digital tiene sobre este grupo de población. Además, deberían adoptar las medidas adecuadas para prevenir, monitorear, investigar y sancionar los abusos contra los derechos de la infancia cometidos por las empresas.

**AMNISTÍA INTERNACIONAL
ES UN MOVIMIENTO GLOBAL
DE DERECHOS HUMANOS.
LAS INJUSTICIAS QUE
AFECTAN A UNA SOLA
PERSONA NOS AFECTAN A
TODAS LAS DEMÁS.**

CONTACTO



info@amnesty.org



+44 (0)20 7413 5500

ÚNETE A LA CONVERSACIÓN



www.facebook.com/AmnestyGlobal



[@amnesty](https://twitter.com/amnesty)

“SIENTO QUE NO SE ME PROTEGE”

EMBOSCADA EN LA RED DE VIGILANCIA DE TIKTOK

En apenas unos años, el feed “Para ti” de TikTok, altamente personalizado, ha ayudado a la empresa a convertirse en una de las plataformas de redes sociales más populares del mundo, con más de 1.000 millones de personas usuarias, muchas de ellas entre los 13 y los 17 años de edad. Sin embargo, tras el feed interminable de vídeos de coreografías y playback de moda se esconde un modelo de negocio altamente extractivo que se basa en la recolección de cantidades masivas de datos personales sobre la conducta de cada persona usuaria en la plataforma y, en algunos lugares del mundo, sobre su actividad fuera de la plataforma y en el mundo físico.

TikTok ha introducido algunos cambios para garantizar que se respetan más los derechos de los niños, niñas y jóvenes, pero difieren de una región a otra. Este trato diferenciado de los usuarios menores de edad en algunos lugares del mundo es discriminatorio y TikTok debería aplicar las mismas políticas de respeto de los derechos humanos a todos los usuarios y usuarias menores de edad en todo el mundo de inmediato.

El hecho de que TikTok no haya aplicado políticas adecuadas para respetar los derechos de los niños y las niñas deja patente que se precisan leyes y reglamentos más estrictos sobre la protección de datos y la amplificación algorítmica de contenidos en las redes sociales, así como que se hagan cumplir tales leyes. Es fundamental que los estados actúen rápidamente para introducir y hacer cumplir leyes integrales para frenar los modelos empresariales basados en la vigilancia.