



El Atlético de Madrid quiere meterse en la 'Champions' de la tecnología aplicada al mundo del fútbol implantando sistemas de reconocimiento facial para entrar en su estadio, el Wanda Metropolitano (en la foto).

PRIVACIDAD

Riesgos legales de entrar 'por la cara' en el Wanda Metropolitano

El Atlético de Madrid trabaja para implantar la próxima temporada un sistema de reconocimiento facial para acceder al estadio. Antes, debe realizar un profundo análisis para proteger los datos personales de los aficionados.

Laura Saiz. Madrid

“Tenemos que competir con dos transatlánticos y con otros ocho o diez equipos muy poderosos en Europa”. Esta frase podría ser del socio director de uno de los muchos bufetes que deben enfrentarse a la madurez y sofisticación del sector legal español. Sin embargo, la pronunció la semana pasada el consejero delegado del Atlético de Madrid, Miguel Ángel Gil Marín. El máximo accionista justificaba así la gran apuesta del club rojiblanco por la tecnología, que puede llevar a contar la próxima temporada con un sistema de reconocimiento facial para acceder a su estadio, el Wanda Metropolitano.

Sin embargo, el club tiene aún por delante un largo camino para que este deseo se convierta en realidad, ya que esta tecnología implica también muchos riesgos legales. En primer lugar, hay que tener en cuenta que los datos biométricos, como las imágenes faciales, podrían tener la consideración de sensibles por la normativa de protección de datos.

Esto no impide su uso, pero sí hace que requiera una mayor protección. Así lo explica Daniel López, socio de privacidad y protección de datos de



Un debate en pro de la seguridad

Aunque el anuncio del consejero delegado del Atlético de Madrid, Ángel Gil Marín, de implantar en el Wanda Metropolitano sistemas de reconocimiento facial para entrar en él ha despertado un gran revuelo entre los aficionados al fútbol, lo cierto es que este debate ya viene de lejos, aunque ha sido el club colchonero el primero en España que está cerca de hacerlo realidad. De hecho, como recuerda Daniel López, socio de privacidad y protección de datos de Ecija, el

Consejo Superior de Deportes y la Liga de Fútbol Profesional ya hablaron de ello en 2014 cuando estudiaban las medidas necesarias para garantizar el cumplimiento de la Ley 19/2007, de 11 de julio, contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte. En este marco, se aprobó la obligatoriedad de implementar circuitos de videovigilancia para aumentar la seguridad en el mundo del fútbol.

Ecija: “Esta cuestión se encuentra reforzada, incluso, en el borrador de reglamento europeo de inteligencia artificial, donde, si bien se habla de riesgos, el uso de un sistema de reconocimiento facial para finalidades como las que lo pretende el Atlético de Madrid no se incluiría dentro de las tecnologías, que el mencionado reglamento, categoriza como prohibidas”.

Por este motivo, los socios que no estén por la labor de acceder al campo con este nuevo sistema poco tienen que hacer, salvo acudir a la Agencia Española de Protec-

ción de Datos para que sea ésta la que valore si sus derechos han sido vulnerados tras requerir información al responsable del tratamiento.

No en vano, “podría no ser necesario un consentimiento si la base legítima fuese el interés público, el ejercicio de reclamaciones, el cumplimiento de una obligación legal, entre otras”, apunta el experto. Y es que hay que recordar que, por ejemplo, en todos los campos ya hay sistemas de videovigilancia. Los clubes deben informar adecuadamente de ellos, pero un aficionado no puede negarse a este control, ya que

es el responsable del tratamiento, en este caso el Atlético de Madrid, quien haciendo un juicio de proporcionalidad y analizados los riesgos implementa esta tecnología.

Por lo tanto, como ocurre con las cámaras, sí que será necesario informar adecuadamente del nuevo sistema. “El deber de información es un requisito fundamental para aportar transparencia y seguridad jurídica al tratamiento pretendido”, incide el socio de Ecija. Para cumplir con la normativa, hay múltiples opciones: reverso de las entradas, carteles informativos,

carnés, en las páginas web de los equipos o las competiciones deportivas, etcétera.

Dudas legales

A pesar de todo ello, las dudas legales de los aficionados del Atlético de Madrid se suman a la de los trabajadores, proveedores o hasta equipos rivales que puntualmente acudirán al Wanda. Por este motivo, en el estudio que ya está elaborando el Atlético de Madrid debe definir la finalidad del tratamiento de los datos. Según el experto, hay que evitar que tenga un impacto en el control laboral o que dispon-

ga de factores que posibiliten hacer un sesgo o discriminar, ya que, por ejemplo, podría llegar a considerarse discriminatorio implantar estos sistemas en las gradas donde se ubican los aficionados considerados más radicales.

Además, hay que recordar que en estos sistemas no se almacena información, sólo se comparan patrones, lo que no posibilita identificar si la persona es menor de edad u otra información que pudiera llegar a considerarse como discriminatoria. “Compara el patrón con otro; si no hay coincidencia, se elimina acto seguido”, apunta López.

Otra pregunta que se hacen los colchoneros es qué pasaría si *hackean* la base de datos o el carné y usan su cara para cometer un delito o para abrir una cuenta bancaria a su nombre. El socio de Ecija recuerda que “la información almacenada no respondería a una persona concreta identificada con nombre y apellidos”.

Para mayor tranquilidad, el experto comenta que la propuesta de reglamento europeo sobre inteligencia artificial establece mayores medidas de seguridad para proteger este tipo de información, así como auditorías y certificaciones externas.