



Facebook podría violar el cifrado de extremo a extremo de WhatsApp para mostrar publicidad

WhatsApp se unió al grupo de Facebook cuando este último compró la aplicación por 22 mil millones de dólares hace cuatro años. Desde entonces ha funcionado sin publicidad, sin embargo, en 2019 la compañía ha decidido mostrar anuncios orientados a su función de Estado, además de mensajes de marketing de clientes empresariales.

Debido a esto, el cofundador de WhatsApp, Brian Acton, dejó la compañía en septiembre de 2017, además de sus preocupaciones sobre la forma en que Facebook utiliza el cifrado de extremo a extremo en la aplicación, según informa Forbes.

Facebook asegura que los mensajes que se envían en la app utilizada por 1,500 millones de personas, permanecerán encriptados y *«no existen planes para cambiar eso»*.

Sin embargo, según expertos de seguridad, aún con el cifrado de extremo a extremo, Facebook podría derivar palabras clave de los mensajes de los usuarios para utilizarlas en el modelo de segmentación de anuncios de Facebook en WhatsApp.

Alex Stamos, ex jefe de seguridad de Facebook, dijo que las empresas de tecnología *«necesitan encontrar un modelo de negocio sostenible para las comunicaciones cifradas de extremo a extremo y administrarlas por profesionales»*.

Los mensajes de WhatsApp se encriptan y se envían al destino, pero es posible que la aplicación pueda identificar palabras clave en las oraciones como «fiesta» o «viaje» para enviarlas a los servidores de Facebook con el fin de ser procesadas para mostrar publicidad.

Forbes entrevistó a un investigador de seguridad que trabajó para WhatsApp en la construcción del protocolo de cifrado de extremo a extremo original, esta persona asegura que Facebook no se encuentra haciendo esto ahora, pero existen formas «matizadas» de mantener el cifrado intacto mientras se obtiene información sobre lo que las personas dicen en WhatsApp.



«La desventaja, además del obvio debilitamiento de la privacidad, es que WhatsApp tendría que enviar un código de análisis que revelaría los datos confidenciales que se están analizando», dijo Matt Green, criptógrafo y profesor de ciencias de la computación en la Universidad John Hopkins.

Por otro lado, Alan Woodward, profesor visitante de la Universidad de Surrey en Inglaterra, afirmó que otro enfoque más encubierto podría ser la integración de código de terceros en los scripts utilizados para mostrar anuncios en WhatsApp, que luego podrían informar las palabras clave.

«La medida más simple de todas es cuando alguien hace clic en un anuncio», dijo Woodward.

«Coloque suficientes anuncios aleatorios y vea cuál es el interés de un usuario, y de pronto, tiene un perfil para la orientación».

Cabe destacar que ahora no hay defensores de alto rango para el cifrado en Facebook, ya que luego de la partida de Acton, el fundador de WhatsApp, Jan Koum, renunció en abril de 2018, y el CSO Stamos de Facebook, se retiró en agosto pasado después de los desacuerdos informados sobre cómo manejar la campaña de desinformación de Rusia que al parecer llegó a 126 millones de personas.

Stamos asegura que las personas no deberían ver la monetización de WhatsApp como incorrecta.

«Deberíamos querer que WhatsApp demuestre que el cifrado y los ingresos son compatibles», escribió en Twitter.