

Universidad Nacional de Educación a Distancia  
Barbastro, 20 de febrero de 2002

# La protección de datos personales en Internet ¿un derecho fundamental virtual?

A. Daniel Oliver-Lalana



Seminario de Informática y Derecho

[adoliver@posta.unizar.es](mailto:adoliver@posta.unizar.es)

<http://www.unizar.es/derecho/fyd/oliverpd>





## Presentación

El “usuario” de Internet es titular del derecho fundamental a la protección de datos, pero los rasgos peculiares del entorno dificultan la plena salvaguarda del mismo: ¿asistimos al nacimiento de un derecho humano virtual?

### Sumario

1. Los problemas
2. Internet Law
3. On-line profiling
4. Tratamiento invisible
5. Correo electrónico y cibervigilancia
6. Normas aplicables
7. El derecho virtual a la protección de datos

# 1. Los problemas

¿Para qué sirve Internet? Actividades

Problemas de protección de datos

Marco normativo: Internet Law

- Tratamiento de datos personales (protección de datos stricto s.)
  - Tráfico (servicio de telecomunicación)
  - Medio de recopilación: formularios (trat. visible): información
  - ¿Fuente de acceso público?: finalidad y equilibrio de intereses
  - Tratamiento invisible y automático: consentimiento
- Confidencialidad y secreto de las comunicaciones
- Seguridad

Operador de telecomunicaciones  
Proveedor de acceso / ISP / Otros  
Usuario / Intermediarios / ISA

## 2. Internet Law

### Caracteres materiales

- Mutabilidad de Internet
- Pluralidad de ámbitos normativos implicados
- "Autorregulación" técnica
- La "sensación" de anonimato

### Normas

- Derecho UE y derecho nacional
  - Derecho Internacional (p.e. Consejo de Europa)
  - Soft law
- Directiva 95/46/CE (LOPD): aplicación general
  - Directiva 97/66/CE (RGT): telecomunicaciones
  - Otras disposiciones (enfoque integrado)

### Conceptos

- ✍ Los participantes y sus roles
- ✍ "dato personal", "medios", "fuente de acceso público", "tráfico", "contenidos"




### 3. On-line profiling

Cuanto mayor es la información generada, mayor es la necesidad de convertirla en conocimiento: *knowledge is selection power* (Cherry)

Objetivo 1: sobrevivir en la Red y fuera de ella

Objetivo 2: decisiones individuales automatizadas

Objetivo 3: net classing

- 
- Recopilación de datos
    - Tratamiento invisible, visible (marketing de incentivos) acceso público
    - DoubleClick: 500 000 000 Banners/día
    - Engage: 800 categorías de interés entre sus perfiles
  - Tratamiento de datos: cruce y minería de datos
    - Elaboración de perfiles
    - Data mining y data warehousing, CRM, KDD
  - Cesión de datos
    - Fusiones, quiebras, absorciones... (DoubleClick/Abacus Direct)
  - Derechos del ciudadano y on-line profiling
    - Cubren también los perfiles: art. 15 ss. LOPD (I WGDPT)
    - ¿Integración técnica? P3P (OPS)

Quien posea los derechos sobre los perfiles de los clientes será quien determine los ganadores y los perdedores de esta nueva era (Hagel/Singer, *Net Worth*)

## 4. Tratamiento invisible de datos

- La estela de datos
  - Visible e invisible
- ✍ Charloteo del navegador
- ✍ Hipervínculos invisibles
- ✍ Cookies
- ✍ Spyware

Actualmente, es casi imposible utilizar Internet sin verse confrontado con una serie de hechos que invaden nuestra vida privada y que llevan a cabo todo tipo de operaciones de tratamiento de datos personales de manera invisible para el interesado. El usuario no es consciente de que sus datos personales se han recopilado y, podrían usarse con intenciones que le son desconocidas (WP 1/99, 4)

✍ ¿Cómo se vinculan los datos visibles y los invisibles?

Demostraciones

Criptonomicon: [www.iec.csic.es/criptonomicon/cookies/ejemplos.html](http://www.iec.csic.es/criptonomicon/cookies/ejemplos.html)

CNIL: [www.cnil.fr/es/traces/es\\_traces.htm](http://www.cnil.fr/es/traces/es_traces.htm)



## Estela "invisible" de datos generada durante la navegación

- **Dirección IP**
  - Estática (ADSL, cable, móvil)
  - Dinámica (fichero registro)
    - País del usuario
    - Dominio
    - Proveedor de acceso
- Tipos de sitio visitados (la cabecera "http\_referer")
  - Ordenador, OS, navegador
    - Preferencias lingüísticas
    - Programas instalados, GUID
  - Fecha, hora y duración de las sesiones HTTP
- Palabras clave introducidas en el motor de búsqueda
  - e-mail (botones trampa)
  - Información asociada a cookies



## 5. Correo electrónico

e-mail

1) Datos sobre tráfico  
2) Contenido y control

1) Conservación/retención  
2) Husmeo ("sniffing")

- La dirección de correo electrónico como dato personal
  - Recopilación, identidad y usos
- Datos sobre tráfico
- Control y contenido del correo electrónico
  - Confidencialidad y vigilancia
  - "Husmeo" (*sniffing*) y ciberdelincuencia
    - Enfopol
    - Echelon, Carnivore
  - Condiciones de legalidad: art. 8.2 CEDH (WP 2/99)
  - El principio de especificidad
  - Convenio del Consejo de Europa sobre ciberdelincuencia
- Otros problemas: correo web, vigilancia laboral



## 6. Normas sobre navegación y correo electrónico

### Directiva 95/46 (LOPD)

- Información
- Lealtad
- Transparencia
- Necesidad
- Finalidad
- Derecho al olvido
- Tratamiento
- Medidas de seguridad

### Directiva 97/66 (RGT)

- Confidencialidad
- Tráfico/facturación
- Problemas

### COM (2000) 385

- Confidencialidad
- Tráfico/facturación
- Problemas

Working Party 43

Soft Law

Comercio electrónico




## WP 43: Recomendación sobre requisitos mínimos para la recogida en línea de datos personales

Información

Consentimiento

- **Identidad del responsable**
  - **Fines del tratamiento**
- **Carácter obligatorio u opcional**
- **Comunicaciones o cesiones**
  - Destinatario, finalidad
  - Posibilidad real de oposición (casillas)
    - Presunción de no cesión
- **Información previa sobre tratamiento “invisible”**
  - **Medidas de seguridad**
  - **Información directa en pantalla**
  - **Link a la política de privacidad**
  - **Ejercicio de los derechos**



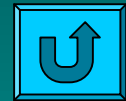
## 7. Protección de datos en Internet: the virtual right to be alone

- Separación de roles (y poderes informativos)
- Secreto de las telecomunicaciones
- Necesidad y austeridad de los datos
- Derecho al anonimato
- Virtual right to be alone
- Seguridad
- Restricción de usos secundarios
- Transparencia
- Acceso a los datos
- Resolución internacional de disputas
- Codeterminación, informmediarios y PI SA's
- Internacionalidad, autorregulación y mercado

# Informediarios

"brokers or intermediaries that help customers to maximise the value of their data" (Hagel/Singer 1999)

- An infomediary acts as an agent on behalf of their clients aggressively representing their interests and helping them to optimize the value they receive from vendors. By aggregating information and using combined market power of numerous customers in a "virtual shopping club" infomediaries would create a "reverse market".
- They collect detailed information from their customers about their preferences to find the sites which suit them best. An infomediary can only hope to get a deep informational profile of the individual customer if it pledges to protect this information against abuse. To this end it will offer both a "privacy tool kit" and a "profiling tool kit". The privacy tool kit will include anonymous e-mail addresses linked with filtering software in order to block spam; it could also provide for cookie suppression techniques (cookie cutters) or use cookies for customers to keep track of their own online behavior



[www.privaseek.com](http://www.privaseek.com)   [www.yenta.com](http://www.yenta.com)   [www.flirtmaschine.de](http://www.flirtmaschine.de)



*Fin*