

Nuevas normativas para garantizar la privacidad y seguridad de los usuarios

PROTECCIÓN DE DATOS

01 Cambio de enfoque en la recogida de datos en la UE

02 ENTREVISTA
Heydi Balanta

03 ENTREVISTA
Nuria Oliver

04 Guía básica del nuevo reglamento de protección de datos

05 PODCAST
Protección de datos

SERIE INNOVATION TRENDS



01

Cambio de enfoque en la recogida de datos en la UE

“Los datos son nuestra identidad y debemos ser dueñas de ella”. Con estas palabras la comisaria de Justicia de la Unión Europea (UE), Vera Jourová, celebraba los actuales cambios en la regulación de la [Ley de Protección de Datos, que entró en vigor el 25 de mayo.](#) 

Unos cambios que reclamaban desde hace tiempo las asociaciones de protección de datos de los distintos países de la UE. [El caso Snowden](#) removió los cimientos de la seguridad al destapar, en

2013, el espionaje de la Agencia de Seguridad Nacional estadounidense (NSA, en sus siglas en inglés) a políticos, representantes de la UE, de la ONU o embajadas.



En España, la ley general de Protección de Datos es del año 1999 (transforma una directiva del 95), engloba la protección de datos en general y no regula sectorialmente cada campo de actuación. Una ley que se hizo cuando unos pocos estaban familiarizados con internet [y el término Big Data ni existía tal y como lo conocemos.](#) **f**

El nuevo reglamento europeo **entra en vigor el 25 de mayo** aunque los países tienen dos años para trasladar los cambios

de la directiva a la legislación nacional.

Un reglamento que, según los representantes europeos, “quiere **devolver a los ciudadanos el control de sus datos** personales y garantizar en toda la UE unos estándares de protección elevados y adaptados al entorno digital”. Una nueva normativa que se ha elaborado durante cuatro años.

Para **Iñaki Pariente de la Prada**, exdirector de la Agencia de

Protección de Datos vasca y actual socio de la consultora Dayntic Legal, la nueva regulación “tiene muy en cuenta la repercusión económica que tiene la utilización de los datos en las empresas. El dato vale. Y en las discusiones que han durado cuatro años, el Parlamento Europeo ha defendido la utilización de los datos aunque ha buscado el equilibrio para fomentar también su uso”.



El último año los datos tuvieron especial protagonismo en la agenda europea: en junio de 2015 comenzaron las negociaciones a tres bandas entre la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y el Consejo (institución esta última que reúne a los Gobiernos de los veintiocho países de la UE). El 15 de diciembre de 2015 se alcanzó un acuerdo preliminar, y la normativa fue aprobada en el pleno celebrado por la Eurocámara en abril de 2016.

La nueva regulación destaca los siguientes puntos:

- El **derecho al “olvido”**, mediante la rectificación o supresión de datos personales.
- La necesidad de **“consentimiento claro y afirmativo”** de la persona concernida al tratamiento de sus datos personales.
- La “portabilidad”, o el **derecho a trasladar los datos** a otro proveedor de servicios.
- El derecho a **ser informado si los datos personales han sido pirateados**.
- **Lenguaje claro** y comprensible sobre las cláusulas de privacidad.
- **Multas de hasta el 4% de la facturación global** de las empresas en caso de infracción





Pariante de la Prada destaca que con el nuevo reglamento “cualquier proveedor de servicios - aunque sea estadounidense- va a tener que seguir la normativa europea”. Uno de los problemas que señala el experto en datos es que **“el reglamento es por naturaleza de aplicación directa** y se aplica automáticamente”.

Por ello durante estos dos años los estados tienen que familiarizarse con él e interpretarlo. El director de Dayntic Legal incide en el cambio esencial del aspecto sancionador: “Si una empresa, por ejemplo, elabora perfiles sin tener en cuenta la nueva reglamentación le pueden multar con un millón de euros”. En este sentido, puntualiza como clave [“la evaluación previa antes de realizar una recogida de datos”](#). [in](#)

“Las empresas deben articular un plan de tratamiento de los datos antes de recogerlos. Tienen que señalar qué tipo de datos van a recoger y para qué, si necesita consentimiento. Es una forma de autoevaluarse. **Es un cambio de enfoque total**”, concluye.



02/ENTREVISTA

“Los servicios de internet no son gratis, se comercializa con nuestros datos”

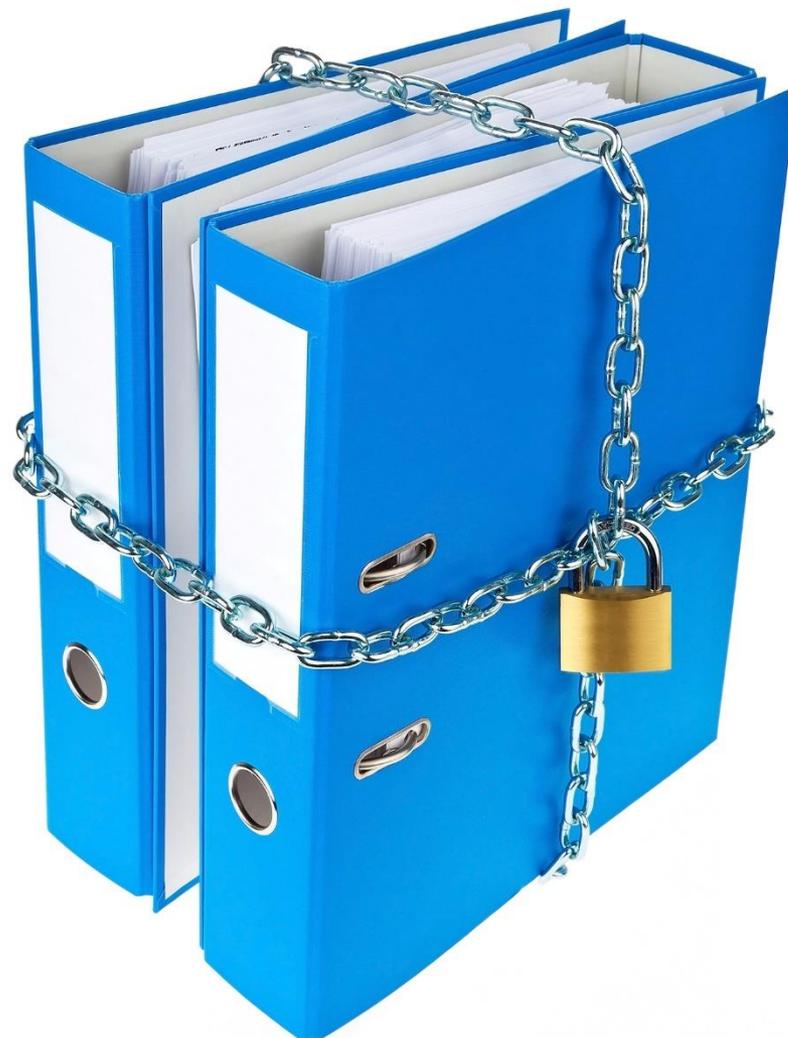
La abogada colombiana Heidi Balanta, especialista en [Derecho Informático](#) y Nuevas Tecnologías y gestora de [derechoinformatico.co](#), comparte algunas reflexiones sobre la protección de datos y la mejor forma de conocer, hacer valer los derechos y [cumplir con las leyes que regulan la protección de datos en América Latina](#). 

La gigantesca cantidad de datos que a diario circulan entre personas y empresas plantean el reto gigantesco de cómo proteger esta información sin perjudicar el bueno uso que se le pueda dar por parte de quienes reciben estos datos.

En América Latina, ¿cuál es el espíritu general que guía las legislaciones sobre los datos privados?

El espíritu de las legislaciones en materia de datos personales es que el titular de la información pueda tener control sobre los datos que son suyos, pero que por motivos comerciales, contractuales o cívicos su tratamiento los realiza un tercero, que puede ser una empresa, una entidad del Estado.

Por tal razón, la mayoría de las legislaciones limitan la recolección del dato por parte de terceros, si no cuenta con la autorización libre, previa y expresa del titular para el tratamiento de la información personal. Es decir, un tercero **no puede tener datos personales si previamente no tiene autorización del mismo para su tratamiento**, este aspecto es la **espinas dorsal del régimen de protección de datos personales**.



¿Cuáles son las mayores diferencias entre las normas que rigen la protección de datos en América Latina, respecto a Europa o Estados Unidos?

Existen **dos modelos de normativas** en materia de protección de datos personales. La europea y la norteamericana se diferencian en la concepción de la protección de datos personales. Mientras el **modelo europeo** concibe la protección de datos personales como un **derecho fundamental**, el **modelo norteamericano** lo plantea como un **derecho del consumidor**.

Otra diferencia es que el modelo norteamericano premia la autorregulación y tiene aplica sectorial. Entre tanto, el modelo europeo se basa una regulación general, que establece obligaciones para los responsables y encargados del manejo de datos personales, sanciones a organizaciones que incumplan con la ley y delimitación de los derechos de los titulares de la información. En **el caso colombiano**, por ejemplo, existe un **modelo híbrido**, debido a que existe norma general, y normativa sectorial.



Muchos de los servicios en internet -redes sociales, motores de búsqueda y aplicaciones- son gratuitos y capturan varios de tipos de datos personales. ¿Qué tipo de información es inevitable que estos servicios tomen de los usuarios y que usos le dan?

Los servicios que accedemos de manera gratuita en internet no son gratuitos. La **moneda que se comercializa son nuestros datos**. Damos nuestros datos a cambio de estos servicios, ya que si no los suministramos no podremos acceder a los servicios que nos ofrecen. Los datos personales tienen valor económico, debido a que son un factor de intercambio en internet.

Los datos son usados por estos servicios para fines publicitarios, de mercadeo, generación de perfiles, hábitos de consumo. Por eso, el usuario de internet debe tener una conducta responsable, considerar a quien está entregando sus datos y si existen niveles adecuados de seguridad. Periódicamente vemos

noticias, de como delincuentes informáticos hurtan contraseñas de sitios reconocidos y [los venden en el mercado negro de la red.](#)

f





¿Qué opciones tienen los usuarios para conocer más en detalle los datos de los servicios que utilizan?

El problema de los usuarios de internet es que la mayoría no leen los términos y condiciones que se encuentran en los sitios web donde acceden, ahí claramente le informan qué hacen con sus datos, las

políticas del tratamiento y en general las políticas de dicho sitio web.

En teoría los usuarios pueden solicitar la eliminación de la información personal que tienen estas páginas ante el administrador de dicho sitio web. No obstante, a veces es infructuoso, debido a que existen prácticas generalizadas

para compartir esos datos personales que recolectan con otros aliados, lo que supone que salga del control por parte del titular del dato. De ahí la importancia de **ingresar los datos personales** exclusivamente en **sitios confiables**.

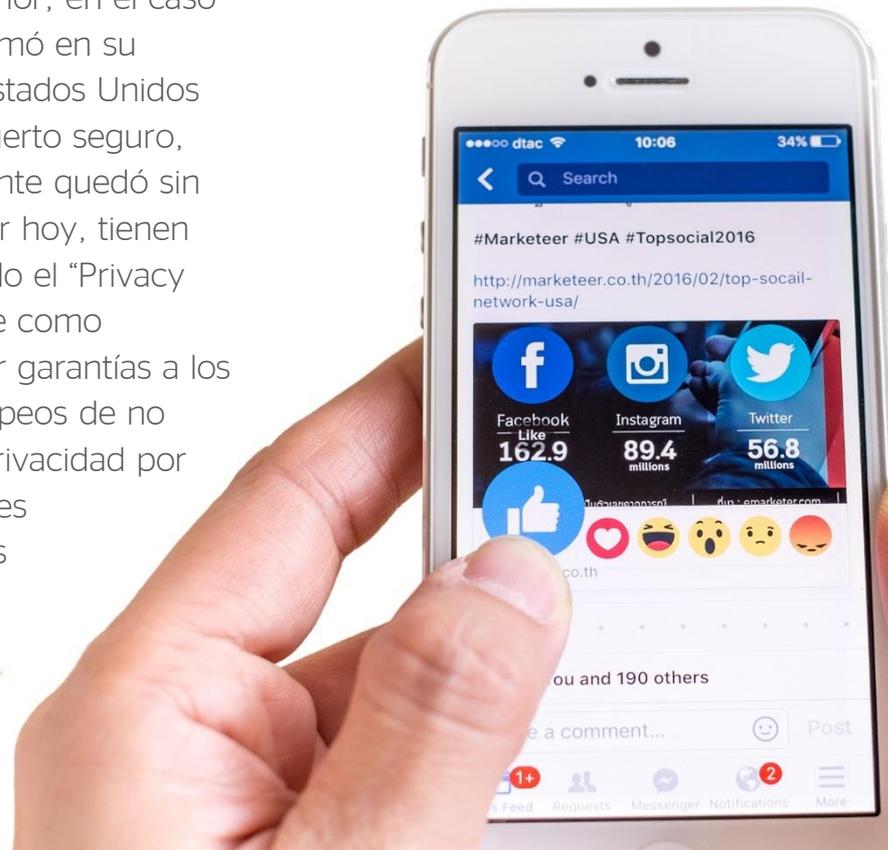
¿Cuáles son los mayores retos que las autoridades enfrentan a la hora de regular la forma en que se capturan y se utilizan los datos de los usuarios?

Uno de los principales retos es la **capacidad que tienen los países latinoamericanos** para investigar y **sancionar a importantes redes sociales**, como por ejemplo Facebook, debido a que el internet no tiene límites geográficos. Actualmente, países como Colombia y México intentan que sea efectiva la norma que les permita investigar a estas redes sociales, sin embargo, en la práctica se vuelve infructuosa.

La transferencia de información personal entre países es otro de los retos importantes en materia de protección de datos personales, debido a que muchos de ellos no ofrecen niveles adecuados de seguridad.

Debido a lo anterior, en el caso de Europa, se firmó en su momento con Estados Unidos el acuerdo de puerto seguro, que posteriormente quedó sin efectos y hoy por hoy, tienen un nuevo acuerdo el “Privacy Shield”, que tiene como propósito brindar garantías a los ciudadanos europeos de no injerencia a su privacidad por parte de entidades gubernamentales

norteamericanas, así es como empresas norteamericanas deberán darle un [uso adecuado y legítimo a los datos personales.](#)



¿Qué mecanismos tiene un usuario que quiere hacer valer su derecho a la protección de datos?

Los titulares tienen como mecanismo la consulta y el reclamo, y a través de estas herramientas pueden solicitar el conocimiento, actualización y rectificación de sus datos, así como su revocación y supresión ante el tercero que los tiene en posesión. En caso de que el tercero no responda, o la respuesta sea desfavorable, el titular puede acudir al ente de vigilancia para que realice la respectiva investigación y tome una decisión.





03/ENTREVISTA

Nuria Oliver:

“En la inteligencia artificial el discurso del análisis de datos tiene que ir acompañado de un discurso ético”

La ingeniera en telecomunicaciones, doctora por el Media Lab del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) y directora científica en Telefónica, destaca el valor del dato: [“por primera vez desde que existimos como especie somos capaces de tener datos cuantitativos”](#). 

“Vamos a hacerlo y luego ya pediremos permiso”. [Nuria Oliver](#) -ingeniera en telecomunicaciones, doctora por el Media Lab del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) y directora científica en Telefónica- piensa y habla muy rápido. No tiene tiempo para echar de menos Estados Unidos - trabajó 12 años en Microsoft- aunque sí recalca la actitud más “proactiva” que se tiene en Norteamérica - “no esperan las autorizaciones antes de emprender un proyecto”- y el “poco conformismo” al grupo.

“En España somos muy grupales y es muy difícil ser innovador, ser diferente y romper con el statu quo si haces lo que hace todo el mundo. Se machaca lo diferente”. [Oliver](#) defiende la

diversidad, “fundamental para enriquecerse”, y -antes de la entrevista- participa en el evento Thinking Party organizado por [Espacio Fundación Telefónica](#) con una clase magistral [Tecnología y Cerebro, un binomio excepcional](#) para poner de relieve los avances de la inteligencia artificial.

También destaca el valor del dato: “**por primera vez desde que existimos como especie somos capaces de tener datos cuantitativos** -qué hacemos, dónde vamos, qué nos gusta, cómo interaccionamos-; es una pequeña revolución - que comenzó hace 6 años- donde podemos validar o no validar teorías sociológicas gracias a la [existencia de los datos y de las técnicas de inteligencia colectiva](#)”.



¿Cuál es el reto del Big Data?

Hay muchos retos de mucha índole. Muy técnicos con relación a poder extraer información relevante a partir de las cantidades ingentes de datos. **Si nadie es capaz de interpretar** estos datos, de analizarlos o de sacarles partido, **serán basura digital**. Por un lado el reto reside en la capacidad relevante -a través de las técnicas inteligencia artificial y del análisis de datos-, y, al mismo tiempo, en saber qué hacer con esa información y conocimiento derivado del Big Data. El almacenamiento y la generación de los datos está evolucionando constantemente.

¿Qué valor tiene el dato?

Ya se toman muchísimas decisiones a partir del análisis de datos en todos los ámbitos. Somos capaces de digitalizar la biología, digitalizar nuestro cuerpo a través de imágenes o análisis de ADN... la oportunidad es **encontrar patrones** que nos permitan relacionarlos con ciertas enfermedades, predecir enfermedades.

¿En la banca?

El caso de la banca es impresionante. Está muy avanzada en el contexto de Big Data. Está digitalizada desde hace muchísimos años. Realiza análisis de todo tipo para

comprender, predecir comportamientos, detectar fraudes, identificar tendencias o anticiparse a qué es lo que va a pasar. Todo eso lo consigue a partir de los datos. El mercado de valores es digital hoy día y la mayoría de las transacciones son sistemas de inteligencia artificial.

En el **comercio casi todo está basado en el diseño de los datos**, modelado de las necesidades de las personas, recomendaciones...

¿Las técnicas para interpretar los datos son las correctas?

Es un área activa de investigación, donde no hemos llegado al final porque se están captando nuevas fuentes de datos. Uno de los retos es **combinar datos de diferentes fuentes para extraer información más interesante**, más sofisticada. Cómo predecir es muy difícil, los modelos predictivos y [los datos en tiempo real resultan complejos en muchos de los contextos.](#) 

¿Cree que hay que poner límites a la inteligencia artificial?

Depende del caso de uso. Si vas a salvar vidas probablemente no. Si vas a traspasar límites éticos o morales obviamente sí. **Es importante acompañar el discurso de análisis de datos en inteligencia artificial con un discurso ético** sobre dónde tiene sentido y dónde no tiene sentido.

Estamos en un momento histórico en el que cada vez más la tecnología forma parte

de nuestras vidas. De la misma manera que tenemos conversaciones éticas con los humanos deberemos mantener **conversaciones éticas sobre el impacto de esa tecnología sobre nuestras vidas.**



¿Como ciudadana le preocupa dónde van sus datos?

Si, de hecho cada vez hay más concienciación sobre qué datos se están capturando y dónde se guardan esos datos personales. Los dos principios fundamentales en los que estamos trabajando en Telefónica son el principio del control: si son **datos personales yo tengo que tener el control** de qué es lo que se hace con mis datos; y el principio de transparencia: debo conocer qué se está haciendo con mis datos. Que haya transparencia con relación al uso y que yo pueda tener un control en cambiar ese uso si no estoy de acuerdo con el.

¿Qué hay que hacer para que la tecnología nos enriquezca como especie?

Estamos redefiniendo quienes somos como especie humana conforme desarrollamos una relación tan íntima con la tecnología, una tecnología que estará dentro de nosotros, que nos entenderá, que cambiará nuestras

Habilidades...Me importa mucho que haya más **conocimiento tecnológico**. El primer paso es saber dónde estamos. Para conseguir mantener una conversación informada sobre dónde estamos y poder tomar decisiones. Cualquier avance tecnológico debería ser para el bien de la humanidad y esa es la conversación que deberíamos tener colectivamente.



¿Hay mucho desconocimiento en el tema de Big Data?

No sobre Big Data, en particular, sino sobre tecnología en general. **Se habla demasiado poco de tecnología en la sociedad** y mucho de política, de fútbol... Realmente el conocimiento medio tecnológico es muy bajo.

Usamos tecnología todos los días pero no tenemos un conocimiento profundo y real sobre ella. Más allá del trabajo científico lo que me importa es divulgar, abrir los horizontes, que la gente entienda dónde estamos tecnológicamente. Hay que inspirar a la gente joven y educar. Creo que es fundamental que haya un mayor conocimiento científico y tecnológico.

¿Le preocupa la brecha digital entre los países?

Forma parte de la conversación que deberíamos mantener como sociedad. La información es poder y accedemos a ella digitalmente. La tecnología tiene el poder de democratizar el acceso a la información y a la educación, mucho más que cualquier método tradicional, pero debemos ser conscientes de la brecha que ya existe y evitar que se vaya agrandando. Es importante **tener conciencia de la brecha digital** porque colectivamente como especie humana sobreviviremos si todos sobrevivimos.





04

Guía básica del nuevo reglamento de protección de datos

La Agencia Española de Protección de Datos (AGPD) ha publicado un documento sobre el nuevo marco normativo que ha aprobado la Unión Europea (UE) para garantizar la privacidad y [proteger la información de los ciudadanos europeos.](#) 

Estos son algunos de principales puntos que destaca la Agencia Española de Protección de Datos y que recoge en su [web](#):

1. Entrada en vigor del Reglamento.

El Reglamento ha entrado en vigor el 25 de mayo de 2016 pero no **comenzará a aplicarse** hasta dos años después, el **25 de mayo de 2018**. Hasta entonces, tanto la Directiva 95/46 como las normas nacionales que la trasponen, entre ellas la española, siguen siendo plenamente válidas y aplicables. El periodo de dos años hasta su aplicación tiene como objetivo permitir que los estados de la Unión Europea, las instituciones europeas y también

las organizaciones que tratan datos vayan preparándose y adaptándose.

2. Empresas afectadas.

No solo las de la Unión Europea. El reglamento es aplicable a empresas que, hasta ahora, podían estar tratando datos de personas en la Unión y, sin embargo, se regían por normativas de otras regiones o países que no siempre ofrecen el mismo nivel de protección que la normativa europea (como **por ejemplo Estados Unidos**).

3. Derecho al olvido.

El reglamento introduce nuevos elementos, como el derecho al olvido y el derecho a la

portabilidad, que mejoran la capacidad de decisión y control de los ciudadanos sobre los datos personales que confían a terceros.

El derecho al olvido se presenta como la consecuencia del derecho que tienen los ciudadanos a solicitar, y obtener de los responsables, que los **datos personales sean suprimidos** cuando, entre otros casos, estos ya no sean necesarios para la finalidad con la que fueron recogidos, cuando se haya retirado el consentimiento o cuando estos se hayan recogido de forma ilícita.

El derecho a **la portabilidad** implica que el interesado que haya proporcionado sus datos a un responsable que los esté tratando de modo automatizado podrá solicitar **recuperar esos datos** en un formato que le permita su traslado a otro responsable.

4. Edad

La edad en la que los menores pueden prestar por sí mismos su consentimiento para el tratamiento de sus datos personales en el ámbito de los servicios de la sociedad de la información (por ejemplo, redes sociales) es de **16 años**. Sin embargo, **permite rebajar esa edad** y que cada estado miembro establezca la suya propia, estableciendo un límite inferior de 13 años. En el caso

de España, ese límite continúa en 14 años. [Por debajo de esa edad, es necesario el consentimiento de padres o tutores.](#) **f**

5. Consentimiento

Una de las bases fundamentales para tratar datos personales es el consentimiento. El Reglamento pide que el consentimiento, con carácter general, sea libre, informado, específico e inequívoco. Para poder considerar que el consentimiento es “inequívoco”, la norma requiere que haya una declaración de los interesados o una acción positiva que indique el acuerdo del interesado. **El consentimiento no puede deducirse del silencio o de la inacción de los ciudadanos.**



6. Responsabilidad activa

Uno de los aspectos fundamentales del reglamento.

Las empresas deben adoptar medidas que aseguren razonablemente que están en condiciones de cumplir con los principios, derechos y garantías que el reglamento establece. **No sólo tienen que actuar cuando se ha producido una infracción**, tiene que realizar una **labor de prevención**. Para ello las empresas deben de garantizar:

- Protección de datos desde el diseño.
- Protección de datos por defecto.
- Medidas de seguridad.
- Mantenimiento de un registro de tratamientos.
- Realización de evaluaciones de impacto sobre la protección de datos.
- Nombramiento de un delegado de protección de datos.
- **Notificación de violaciones de la seguridad de los datos.**
- Promoción de códigos de conducta y esquemas de certificación.





05/PODCAST

Protección de datos: Europa vs USA

¿Qué pasa con nuestros datos? ¿Cómo utilizan la información confidencial las empresas? [¿Qué mecanismos tenemos en Europa para protegernos? ¿Y en Estados Unidos?](#)

¿Te han *hackeado* la cuenta?
¿Quieres saber qué pasa con tus datos en Europa y en Estados Unidos? ¿Cómo se protegen los datos de los menores? ¿Te pasas la vida en internet y te preocupa los datos que tienen las empresas?

En este podcast te explicamos la legislación europea y estadounidense en materia de protección de datos y privacidad.

Fuentes utilizadas: New York Times, Agencia Española de Protección de Datos, Unión Europea. Música: Reole:La, la.



Escuchar podcast: <http://www.centrodeinnovacionbbva.com/noticias/podcast-proteccion-de-datos-europa-vs-usa>

Descargar podcast: https://www.ivoox.com/como-protege-europa-sus-datos-diferencias-estados-audios-mp3_rf_11906807_1.html?var=7&utm_exp_id=113438436-21.PjN6XAE7SNWq0IrvvWXbeg.5&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.ivoox.com%2Fplayer_ej_11906807_4_1.htm%3Fc1%3Dff6600

compartir



SERIE INNOVATION TRENDS

BBVA Innovation Center crea la **Serie Innovation Trends** para mantenerte informado de las tendencias más punteras en innovación y sus aplicaciones en tu día a día. Para ello, en estos *papers* encontrarás todas sus claves, análisis, casos de éxitos, entrevistas a expertos e infografías para visualizar los datos que describen cada una de estas tendencias.

ANTERIORES NÚMEROS



La lucha por impulsar el emprendimiento femenino



Las claves en el análisis de los datos



Una mirada a los perfiles que más demandan las empresas



Las tendencias que aspiran a convertirse en protagonistas del año

síguenos:



Regístrate
para estar al día
de las últimas
tendencias

BBVA

INNOVATION CENTER

centrodeinnovacionbbva.com



BBVA no se hace responsable de las opiniones publicadas en este documento.