



**El consentimiento en el tratamiento de datos personales en línea a la luz del
ordenamiento jurídico colombiano**

**Estudiante
Julian Osorio Restrepo.**

**Directora
Cathalina Sanchez Escobar.**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de
abogado**

**Pregrado en Derecho
Escuela de Derecho y Ciencias Políticas Universidad Pontificia Bolivariana
Medellín
2021**

Fecha: 9 de junio de 2021

Nombre del estudiante: Julian Osorio Restrepo

“Declaro que este trabajo de grado no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o en cualquiera otra universidad.

Declaro, asimismo, que he respetado los derechos de autor y he hecho uso correctode las normas de citación de fuentes, con base en lo dispuesto en las normas de publicación previstas en los reglamentos de la Universidad”.

LosorioRpo.

Firma del estudiante

Contenido

Resumen.....	4
Palabras claves.....	4
Abstract.	4
Key words.	4
Introducción.....	5
Capítulo 1. Uso de captadoras de datos en línea por los habitantes colombianos..	8
Capítulo 2. Ley 1581 de 2012 a la luz de las interpretaciones de la SIC.....	13
Capítulo 3. Obtención adecuada del consentimiento del titular de los datos personales.	18
Conclusiones.....	22
Referencias.....	24

El consentimiento en el tratamiento de datos personales en línea a la luz del ordenamiento jurídico colombiano

Resumen

Este proyecto busca estudiar el consentimiento del titular en el tratamiento de los datos personales a la luz de la Ley 1581 de 2012 y las actuales interpretaciones de la Superintendencia de Industria y Comercio. El estudio se enfoca en el cumplimiento de los deberes impuestos al “encargado del tratamiento” y al “responsable del tratamiento” frente a la recolección de datos personales en línea, realizada por entidades tanto públicas como privadas. Lo anterior encaminado a encontrar y presentar qué se entiende por consentimiento para su adecuada protección y obtención por parte de las entidades con tratamiento alguno de datos personales en línea.

Palabras claves

Autorización, Tratamiento, Dato personal, Titular.

Abstract

This project seeks to study the consent of the owner in the treatment of personal data considering the Law 1581 of 2012 and the current interpretations of the Superintendency of Industry and Commerce. The study focuses on the fulfillment of the duties imposed on the "person in charge of the treatment" and the "person responsible of the treatment" in the collection of personal data online, carried out by both public and private entities. The foregoing aimed at finding and presenting what is understood by consent for its adequate protection and obtaining by the entities with any treatment of personal data online.

Key words

Authorization, Treatment, Personal Data, Holder.

Introducción

La tecnología en la actualidad es un factor de suma importancia para el desarrollo de bienes y servicios que, en principio, facilitan la vida de las personas. Lo que se vuelve preocupante de esta herramienta radica en los casos en los que esta tecnología se manifiesta en las plataformas de comunicación que encontramos actualmente en internet. No hablando de redes sociales, también de correos electrónicos y plataformas de trabajo. Es decir, no son únicamente las plataformas que destinamos para el ocio, entretenimiento y una cuestión única de comunicación sino también aquellas que utilizamos como instrumentos de trabajo.

La problemática se presenta desde que las personas desean iniciar su travesía en cualquiera de estas plataformas y requieren crear una cuenta para poder hacer uso del contenido y los beneficios que estas traen, ya que antes de empezar a hacer el uso que las personas desean, se requiere una autorización a las políticas de privacidad y de tratamiento de datos que presentan las diferentes empresas a sus futuros usuarios. Estas políticas anteriormente mencionadas explican una serie de acciones que el titular de tratamiento y el responsable del tratamiento, que a menudo son la misma entidad o pueden ser varias entidades diferentes, pueden realizar con los datos que los usuarios les hemos suministrado a la hora de crear nuestra cuenta.

Los datos que brindamos en la mayoría de las ocasiones son los mismos: el nombre completo, fecha de nacimiento, un número de contacto y una dirección de contacto. Esto puede parecernos inofensivo a primera vista, pero en realidad es aquella información sumamente sensible que es muy valiosa para diferentes intereses que se encuentran hoy en día como la publicidad en el mercado y en la política.

Hoy en día los teléfonos celulares han ayudado a que se propague el uso de estas plataformas por medio de los aplicativos móviles que han desarrollado. Esto último ha permitido que los usuarios podamos disfrutar de los servicios prestados por estas, pero cada vez más información personal es revelada a las captadoras.

La pandemia del COVID 19 ha transformado la forma de educación y de trabajo de millones de personas al punto de obligarlos a transformar muchos de estos en procesos remotos y a realizar sus actividades por medio de todas estas plataformas, incrementando el número de usuarios y la frecuencia con la que cumplen con sus deberes de manera virtual.

Actualmente el mundo se está viendo enfrentado a esta problemática a la luz de una serie de escándalos de divulgación de información brindada por usuarios a diferentes captadoras de datos personales en campañas presidenciales y campañas publicitarias de productos que se encuentran en el comercio, usando esos datos para encontrar una que personas encajan en el perfil de un posible votante o un posible consumidor. Lo anterior, se da en parte por la desinformación de los usuarios titulares de los datos a la hora de saber que están aceptando puesto que por lo general las políticas de datos deben abarcar mucha información y se presentan de manera poco prácticas a los usuarios para su aceptación.

En otros países, como Canadá, se ha presentado el mismo proceso que se lleva actualmente en Colombia; una autoridad administrativa ha tenido que empezar a tomar acciones en contra de las plataformas para asegurar y garantizar que se cumpla a cabalidad con los requisitos impuestos en cuanto a la protección de los datos personales y a los derechos que tienen los titulares. En el caso colombiano, específicamente, es la Superintendencia de Industria y Comercio (en adelante SIC) la entidad asignada por la Ley 1581 de 2012 (o Ley de Protección de Datos Personales) para supervisar dicha actividad y ha emitido una serie de resoluciones importantes en materia de la recolección de datos personales que nos llevan a replantear la forma como se deberían presentar las políticas de tratamiento de datos personales a los usuarios de estas plataformas en línea.

Dicho todo lo anterior, este estudio busca explicar cómo se debería realizar la recolección del consentimiento del titular de los datos personales, por parte del

responsable del tratamiento de datos en línea, para poder cumplir a cabalidad los requisitos que impone la Ley 1581 de 2012 a la luz de las interpretaciones de la SIC.

El método escogido para realizar este trabajo es la hermenéutica jurídica, un método cualitativo que se enfoca en encontrar la claridad de las interpretaciones normativas y cómo se compaginan con la realidad social de los titulares de los datos personales en Colombia. Además, se realizó una encuesta a ciudadanos mayores de edad para entender las dinámicas sociales y poder contribuir con una conclusión que se será expuesta más adelante.

Ahora bien, el presente trabajo tendrá una estructura de 3 capítulos acompañados de una conclusión. Están divididos en este respectivo orden, los siguientes temas:

1. Los colombianos y el uso de captadoras de datos, que buscará analizar los comportamientos sociales frente a los datos personales.
2. La Ley de Protección de Datos Personales a la luz de las interpretaciones de la SIC.
3. La materia en el derecho comparado y la forma adecuada de obtener los datos personales.

La conclusión buscará presentar una forma de obtener el consentimiento del titular de los datos personales siguiendo los lineamientos de la Ley y las interpretaciones que a esta se le ha hecho por la SIC.

Capítulo 1. Uso de captadoras de datos en línea por los habitantes colombianos

Los avances tecnológicos hoy en día acompañan a la población de manera permanente dentro de sus bolsillos y les permiten estar conectados en todos los rincones del mundo con solo un toque en las pantallas de sus dispositivos electrónicos, la facilidad de dispersión de las redes sociales y de las captadoras de datos cada día aumenta y se hace mucho más visible. Esto último representa un problema del mal manejo de los datos personales que brindamos y aceptamos diariamente.

El tema no se estanca en las redes sociales y como estas se han caracterizado por ser fuente de entretenimiento para los usuarios, sino que ha empezado a permear cada vez más a los mecanismos y medios tecnológicos que se usan para realizar las labores de muchos de los empleos actuales. Esto aumentó considerablemente por la crisis de salud que trajo consigo la pandemia del COVID 19, enseñando que cada vez una mayor cantidad de trabajos pueden realizarse a distancia y por medios cibernéticos y que la comunicación a un clic es una facilidad para las relaciones humanas.

Colombia ha venido experimentando un proceso de crecimiento con respecto a su situación digital, lo que ha permitido encontrar datos verdaderamente importantes respecto al uso que los colombianos le están dando a las tecnologías como lo demuestra la comparación entre los estudios de Kemp desde 2017 hasta 2020.

La agencia de marketing digital, Branch, tradujo un estudio llamado Digital 2020 Global Overview Report, realizado en el año 2019 por las empresas de estadísticas We are social y Hootsuite, en el cual se analizaron datos tales como: los dispositivos que usan las personas, el tiempo que invierten diariamente en estos, la conectividad con internet y el uso individual de las grandes redes sociales en todo el mundo incluyendo un análisis de las mismas estadísticas para Colombia.

Empezaremos hablando del tema de los teléfonos inteligentes puesto que en su estudio encontraron que el 93% de los usuarios de internet acceden a este por uno de los anteriormente mencionados dispositivos y es importante resaltar que existe una cifra de teléfonos celulares que llama la atención al ser superior al de la población total del país. Existen 60.38 millones de celulares conectados en el país y la población colombiana está alrededor de los 50.61 millones de habitantes, según las cifras oficiales de lo que nos indica que aproximadamente el 119% de los colombianos cuentan con un celular con el cual conectarse al mundo.

Las cifras se vuelven llamativas cuando vemos que los colombianos diariamente usan el internet nueve horas y diez minutos en promedio. Dentro de esta estadística se encontró que los usuarios pasan alrededor de tres horas y cuarenta y cinco minutos al día en redes sociales.

Por otro lado, los datos más representativos de este estudio son el porcentaje de colombianos que hace uso del internet y el porcentaje de colombianos que hace uso de redes sociales, datos que se equiparan en el mismo resultado, es decir, 69% de los colombianos usa internet y 69% de los colombianos es usuario de una red social, como ilustra Kemp (2020). Lo anterior nos permite concluir que todos los colombianos que usan internet lo hacen, en parte, como usuarios de las redes sociales.

Anteriormente se presentaba que solo las clases pudientes eran las que tenían acceso tanto a internet como a teléfonos celulares debido al gran valor comercial de estos equipos y al incremento en el precio de las facturas de servicios de telefonía la inclusión del internet. Así como afirman Bringué y Sádaba (2008), hoy en día es distinto; las nuevas generaciones se están encargando de que cada vez la brecha de desigualdad en cuanto a las Tecnologías de la Información y la Comunicación se cierre ya que como lo mencionan en su estudio titulado: La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas, "Estos niños y jóvenes comparten un grado significativo de posesión y uso de las Tecnologías de la

Información y la Comunicación, saltando no sólo las diferencias por países o las fronteras, sino las propias diferencias culturales y socioeconómicas”.

Esto nos demuestra que cada vez es más evidente que todos los colombianos estamos expuestos al tratamiento de datos en línea por parte de las grandes captadoras.

Entrados en el tema de las captadoras, tenemos que reconocer que las más usadas en Colombia son las relacionadas con las redes sociales y los correos electrónicos. Según los datos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, que se analizan en el siguiente párrafo, Colombia se encuentra entre los países de la región con el mayor número de usuarios en las principales redes sociales usadas en el mundo.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) afirma que en Colombia hay alrededor de 15 millones de usuarios de Facebook siendo el país número 14 en el mundo con mayor número de usuarios, “mientras que Bogotá es la novena ciudad del mundo con una cifra cercana a los 6.5 millones.” (MinTIC, 2020). Respecto a Twitter el ministerio afirma que “a pesar de que la red de microblogs no revela datos oficiales, la industria estima que cerca de 6 millones de colombianos usan el popular servicio, que se ha convertido en el canal predilecto por medios de comunicación, campañas políticas, deportistas, personajes de Gobierno, entre otros.” (MinTIC, 2020).

Las cifras que se encuentran en las diversas páginas que recopilan estadísticas casi nunca mencionan el grado de conocimiento que tienen los colombianos con respecto a sus actividades en línea y de las consecuencias que sus acciones dentro de estas plataformas y redes pueden ocasionar. Para entender más a fondo este tema, se realizó una encuesta en la que se preguntó por factores similares a las anteriores encuestas como lo son el uso de redes y captadoras y la frecuencia con que lo realizan, pero además con unas preguntas relacionadas con su conocimiento sobre las políticas de tratamiento de datos y la aceptación que hacen de estas en

línea, incluyendo las acciones que pueden tomar para proteger sus datos. La encuesta fue diligenciada por 945 personas mayores de 18 años y fue completamente anónima.

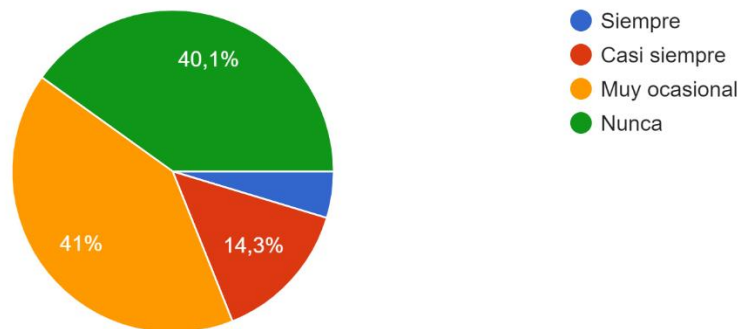
Los resultados de esta encuesta nos arrojan estadísticas muy similares a los estudios que se mencionaron con anterioridad y nos confirman que las redes sociales y los correos electrónicos son las principales captadoras de datos que usan los colombianos. En las primeras posiciones, con el mayor uso, se encuentran respectivamente: WhatsApp, Instagram, YouTube y Gmail, desplazando a la anteriormente mencionada Facebook a un quinto lugar. En las estadísticas del uso frecuente de los encuestados encontramos que solo el 7,2% no las usa diariamente.

Retomando el tema del tratamiento de datos personales propiamente, se les preguntó primero a los encuestados si sabían qué eran las políticas de tratamiento de datos a lo que el 76,6% respondió que sí sabía y, a partir de ello, se hicieron 2 preguntas fundamentales para el análisis de este capítulo.

La primera fue respecto a la frecuencia de lectura de las políticas de tratamiento de datos antes de aceptarlas. A lo que el 40,1% de las personas encuestadas respondió que nunca las ha leído, y el 41% que de manera muy ocasional; lo que revela una estadística bastante alta para el desconocimiento de algo tan importante y cotidiano como lo es la aceptación del tratamiento de datos por parte de las captadoras anteriormente mencionadas.

¿Lee las políticas de tratamiento de datos antes de aceptarlas?

945 respuestas

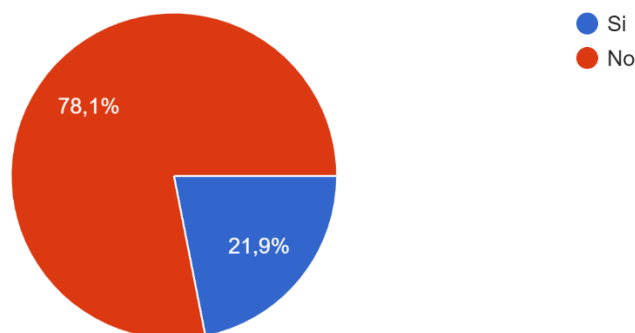


La segunda pregunta fue el motivo de su lectura o no lectura de las políticas de tratamiento de datos, a lo que los encuestados manifestaron en repetidas ocasiones respuestas de disconformidad respecto a cómo se presentaban las políticas diciendo que “Son muy largas” o alegando que “Es mucha información y leerla es tedioso porque está en términos difíciles de entender”.

Entre las respuestas de quienes sí realizan las lecturas, se encuentran usuarios preocupados por el destino de sus datos y por el alcance que pueden llegar a tener estos una vez se acepte la política de tratamiento de datos personales en línea.

¿Conoce qué acciones tiene a favor de la protección de sus datos en línea?

945 respuestas



Una vez analizado todo lo anterior, queda como enseñanza que la gran mayoría de usuarios no hace una lectura juiciosa de las políticas de tratamiento de datos personales en línea antes de su aceptación y que puede llegar a ser por desinformación de la importancia que tiene la lectura de estos datos o puede ser por la forma en la que estas mismas se presentan a los usuarios siendo esta última de vital importancia para el análisis que se hará en el siguiente capítulo puesto que es el punto de partida de la Superintendencia de Industria y Comercio para corregir y sancionar por el incumplimiento a los deberes que trae la Ley de Protección de Datos Personales puesto que cada vez son más largas, ininteligibles y con vocabulario confuso para el usuario que no conoce de términos jurídicos y que solo quiere disfrutar de la plataforma en línea.

Capítulo 2. Ley 1581 de 2012 a la luz de las interpretaciones de la SIC.

Las disposiciones normativas de la presente ley estatutaria demarcan el camino de protección de los datos personales que se han de recolectar, deslumbrando una serie de derechos y deberes impuestos a los diferentes sujetos que hacen parte de la actividad de la recolección de los datos personales como lo son el titular, el responsable del tratamiento y el encargado del tratamiento.

La ley se encarga de explicar y delimitar los conceptos al definir, en su artículo tercero, quiénes participan en este proceso de recolección de datos de la siguiente manera: primero define al encargado del tratamiento como aquella “Persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros, realice el Tratamiento de datos personales por cuenta del Responsable del Tratamiento” (Ley 1581 de 2012, artículo 3), luego define al anteriormente mencionado responsable del tratamiento como aquella “Persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros, decida sobre la base de datos y/o el Tratamiento de los datos” y por último define al titular como aquella “Persona natural cuyos datos personales sean objeto de Tratamiento” (Ley 1581 de 2012, artículo 3).

Entendiendo los papeles de quienes participan en este proceso de recolección de datos personales debemos analizar cuáles son los derechos que se le otorgan al titular y los deberes que se le imponen al responsable, enfatizando en el consentimiento como punto esencial del estudio de este capítulo. En cuanto a los derechos conferidos al titular se refiere a ellos la ley en su artículo octavo y los lista en cinco literales.

Principalmente, se le confiere derecho a acceder a su información, conocer qué se hace con sus datos, poder actualizarlos y poder iniciar acciones frente a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) cuando crea que hay mal uso de sus datos o problemas con el tratamiento. Este último punto es fundamental puesto que nos abre la puerta a analizar la competencia conferida a la SIC en los artículos 19, 20 y 21 donde se estipula, entre otras cosas, los recursos y principalmente las funciones como autoridad de protección de datos. (Ley 1581 de 2012, artículos 19, 20 y 21)

Respecto a los deberes que se imponen al responsable del tratamiento, el análisis de este capítulo se centrará en la autorización del tratamiento hecha por el titular, enfocado al cumplimiento de los deberes impuestos por el artículo 12 de la ley, en ocasión de la información que debe ser suministrada al titular antes de su aceptación.

Dicen Ospina Fernández y Ospina Acosta (1994) que “En el lenguaje vulgar, consentir también significa adherir unilateral y voluntariamente a algo” (p.205). Lo cual lleva a pensar que la autorización del titular al tratamiento de sus datos personales significa consentir que se está de acuerdo con la política de tratamiento de datos y los deberes y derechos que de ella emanan para las diversas partes. Es adherirse a un modelo preestablecido por los responsables del tratamiento para poder acceder al contenido que las diversas plataformas ofrecen.

En razón de lo expuesto, el análisis del artículo 1502 del código civil colombiano deja en claro que entre los requisitos para una persona poder ser obligada es necesario “que consienta en dicho acto o declaración y su consentimiento no adolezca de vicio” y el artículo 1508 del mismo cuerpo normativo explica que los vicios en el consentimiento son el error, la fuerza y el dolo.

La resolución 53593 de 2020 de la Superintendencia de Industria y Comercio, fruto de una investigación realizada por el Director de investigación de protección de datos personales, sanciona a la multinacional Google LLC por una serie de errores y problemas con su política de tratamiento de datos y abre la puerta a una nueva interpretación de los requisitos impuestos por la ley al responsable del tratamiento y pareciera que califica el consentimiento informado del titular a la hora de la autorización del tratamiento de sus datos personales.

El análisis de la SIC empieza con la justificación de su competencia como ente encargado de la protección de los datos personales en virtud del artículo 19 de la ley de protección de datos que dice lo siguiente:

La Superintendencia de Industria y Comercio, a través de una Delegatura para la Protección de Datos Personales, ejercerá la vigilancia para garantizar que en el Tratamiento de datos personales se respeten los principios, derechos, garantías y procedimientos previstos en la presente ley (Ley 1581 de 2012, artículo 2).

A partir de esto, se desarrolla una parte importante del análisis que hace la SIC y es la aplicación de la ley a entidades como Google LLC que no tienen presencia dentro del territorio colombiano. En virtud del segundo inciso del artículo segundo de la ley, el ámbito de aplicación de esta misma está condicionado a que el tratamiento se realice en el territorio colombiano, o sea, realizado por una entidad a la cual le apliquen las normas colombianas por virtud de tratados internacionales.

Google LLC asegura que la ley no le es aplicable porque esta entidad no tiene presencia física en el territorio colombiano y sus usuarios acceden remotamente por el internet a los servicios que estas prestan y así mismo realizan la autorización del

tratamiento de datos. La SIC realiza un análisis sobre la política de datos personales de Google LLC para buscar la forma en la cual se estaban obteniendo los datos personales y encuentra lo siguiente:

Utilizamos diversas tecnologías para recoger y almacenar la información, entre las que se incluyen cookies, etiquetas de píxel, almacenamiento local (como el almacenamiento web del navegador o las cachés de datos de aplicaciones), bases de datos y registros de servidor (Política de Privacidad, Google LLC).

A partir de ese fragmento de la política de tratamiento de datos se concluye que:

una cookie es un mecanismo que se instala en los equipos o dispositivos (bien sea celular, computador portátil, u otro) de las personas residentes o domiciliadas en la República de Colombia con el objetivo de recolectar algunos de sus Datos Personales” (Superintendencia de Industria y Comercio, Resolución 53593 de 2020).

Y por esto, el tratamiento de los datos si encaja en el supuesto del artículo segundo y se puede aplicar las disposiciones de la ley no solo a Google LLC, como en este caso concreto, sino también a muchas otras empresas captadoras de datos personales en línea.

En materia de la autorización por parte del titular para el tratamiento de sus datos personales, el artículo 12 de la ley trae el deber de informar al titular de manera clara y expresa sobre ciertos aspectos del tratamiento de sus datos como lo son los siguientes:

- a) El Tratamiento al cual serán sometidos sus datos personales y la finalidad del mismo;
- b) El carácter facultativo de la respuesta a las preguntas que le sean hechas, cuando estas versen sobre datos sensibles o sobre los datos de las niñas, niños y adolescentes;
- c) Los derechos que le asisten como Titular;
- d) La identificación, dirección física o electrónica y teléfono del Responsable del Tratamiento (Ley 1581 de 2012, artículo 12).

Con base en este requisito de información, comienza la SIC el análisis sobre la política de tratamiento de datos de Google LLC concretamente, y encuentra una dificultad para el entendimiento de los usuarios puesto que se presenta la totalidad de los requisitos en diversos enlaces y páginas web accesorias a la página del documento principal y se dificulta, además, por el lenguaje que se usa en esta para la comprensión por parte de usuarios no expertos en tratamiento de datos.

El comentario final del análisis que se realizó, nos demuestra el claro interés de la SIC por modificar la forma en la que se da el cumplimiento de estos requisitos y añadir la facilidad y claridad para que el titular pueda acceder a toda la información y para comprender lo que le están diciendo.

De otro lado, al revisar la política de privacidad publicada en el dominio web de la GOOGLE LLC, se pudo verificar que la información más relevante sobre la recolección de Datos personales está dispersa a lo largo del documento descargable y, además, el mismo documento, llevan a diferentes enlaces y opciones, lo cual genera que el usuario no tenga la posibilidad de acceder a un contenido más simple, claro y en últimas comprensible sobre el Tratamiento de los Datos. (Resolución 53593 de 2020, Superintendencia de Industria y Comercio)

La conclusión en la parte resolutive es demasiado clara, ya que en su artículo primero, ordena a Google LLC que “implemente un mecanismo o procedimiento apropiado, efectivo y demostrable para que, al momento de solicitar la Autorización al Titular, le informe **de manera clara, sencilla y expresa** todo lo que ordena el artículo 12 de la Ley Estatutaria 1581 de 2012” (negrilla fuera de texto), lo que confirma que no basta con la mera posibilidad de remisión en un enlace web aparte ni una política de tratamiento de datos compleja e ininteligible para cumplir el requisito de información y poder adquirir la autorización o el tratamiento de una manera completamente informada en la cual el titular conozca que puede hacer el responsable del tratamiento con los datos personales y también las acciones que tiene respecto a solicitudes de información y actualización de datos, entre otros.

Capítulo 3. Obtención adecuada del consentimiento del titular de los datos personales.

Ya sabiendo cuales son las nuevas exigencias de la SIC respecto del cumplimiento de los requisitos que trae el artículo 12 de la ley 1581 de 2012, podemos realizar un análisis comparado de la situación en varios países del mundo y analizar si es una tendencia globalizada o si es un fenómeno autónomo de Colombia.

En España, la Agencia Española de Protección de Datos, o AEPD por sus siglas, sanciona en 2013 por la resolución R/02892/2013 a la misma multinacional por el incumplimiento de los deberes impuestos en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. El análisis de La Agencia empieza analizando el incumplimiento del artículo 4.1 el cual resalta que los datos personales solo se pueden recolectar con finalidades “determinadas, explícitas y legítimas” y asegura que la política de privacidad no cumple estos requisitos puesto que:

La Política de Privacidad es indeterminada en cuanto al tratamiento de los datos, al contener expresiones genéricas y poco claras, con multitud de enlaces que deben ser usados para conocerla en su totalidad y sin especificar los servicios y datos personales que se asocian a cada finalidad; y

La Política de Privacidad no especifica si los datos que se tratan corresponden exclusivamente al producto que utiliza el usuario, qué otros productos concretos requieren la utilización de los datos y qué finalidades determinadas justifican esta utilización por un producto que el usuario no está empleando o que se creará en un futuro (Agencia Española de Protección de Datos. Resolución R/02892/2013. P 12).

Australia, por su parte, toma partida en el tema cuando la Comisión Australiana de la Competencia y del Consumidor (ACCC por sus siglas en inglés) emite también un reporte llamado el Digital Platforms Inquiry donde en su capítulo 7 hace referencia a estas temáticas, especialmente en las secciones 7.5 y 7.6.

La ACCC centra su punto de análisis en 4 problemas que presentan las políticas de tratamiento de datos que son: la longitud, la complejidad, la ambigüedad y la

dificultad de navegación. Respecto a la longitud aseguran que “cada política de privacidad de las plataformas digitales, excluyendo los enlaces adicionales hacia otras páginas web, tienen entre 2500 y 4500 palabras y toman a un lector promedio entre 10 y 20 minutos” (Digital Platforms Inquiry. P 404. 2019).

En el caso de la complejidad presentaron la siguiente información: “Seis de siete políticas de privacidad de Google, Facebook, Apple, WhatsApp, Instagram, Twitter y Snapchat requieren un nivel de educación universitaria para entenderlas”. (Digital Platforms Inquiry. P 405. 2019). Frente a la ambigüedad encontraron que varias de las políticas de privacidad tenían palabras tales como *podría* y explicaron lo presentado a continuación:

Cuando se usa en términos contractuales, incluyendo los términos de uso de una plataforma o políticas de privacidad, el uso de la palabra *podría* otorga a las plataformas una discreción significativa de hacer o no hacer las acciones introducidas por la palabra. Un consumidor leyendo estas políticas, por lo tanto, no podrá determinar con precisión el alcance exacto del uso de los datos que la plataforma está recolectando de ellos y cómo estos datos van a ser usados y divulgados (Digital Platforms Inquiry. P 405. 2019).

Por último, en cuanto a la dificultad de navegación llegaron a la siguiente conclusión:

Un aviso multicapa no será efectivo ni servicial si la primera capa de información no contiene la información más importante sobre cómo son procesados los datos o si la información clave solo puede encontrarse al clicar por numerosos enlaces diferentes (Digital Platforms Inquiry. P 406. 2019).

En el análisis de cada uno de estos problemas pone presente diferentes políticas de privacidad o tratamiento de datos de varias de las plataformas más usadas y concluye que todas están teniendo los mismos problemas.

Para finalizar este estudio de derecho comparado, en Francia se presentó la sanción a la misma multinacional Google LLC por parte de *la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés* cumpliendo el papel de organismo encargado de la protección de datos personales. En la acusación encontramos el siguiente

fragmento que repite los temas ya analizados por el organismo colombiano, español y australiano encargado de dicha tarea.

El Relator considera que la información proporcionada a los usuarios por la compañía no logra los objetivos de accesibilidad, claridad e inteligibilidad plasmados en el Artículo 12, y que cierta información obligatoria en virtud del Artículo 13 no se proporciona a los usuarios (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés. SAN-2019-001 2019. P 12.).

Las palabras empleadas en este fenómeno generalizado de inconformidad con las actuales políticas de tratamiento de datos personales traen consigo una carga lingüística que puede significar problemas para los responsables del tratamiento a la hora de corregir y cumplir con estos requisitos. Que un aspecto tan importante como lo son los deberes plasmados en el Artículo 12 de la ley 1581 de 2012 se deba expresar de manera clara, sencilla y expresa es un trabajo complejo.

La Real Academia de la lengua Española (RAE por sus siglas) define que algo claro es algo “Inteligible, fácil de comprender”, es decir, los requisitos deben estar en un lenguaje que la gente entienda y no en un lenguaje absurdamente técnico.

Algo es sencillo cuando “no ofrece dificultad” o cuando “carece de ostentación y adornos”, esto nos indica que los requisitos no deben estar dispersos por todo el texto ni tienen que ir embellecidos. Para finalizar, algo es expreso cuando es “Claro, patente, especificado”, por esto los requisitos no deben estar en hipervínculos anexos y en diversos documentos adicionales.

Los retos a los que se enfrentan los responsables del tratamiento para cumplir estos nuevos requisitos son principalmente dos. La dificultad que representa incluir toda la información necesaria sin que sea excesivamente larga ni demasiado corta dejando información de lado y la necesidad de uso del lenguaje técnico en muchas ocasiones.

La primera dificultad representa un gran reto debido a que cada uno de los literales del Artículo 12 de la ley 1581 de 2012 tiene la suficiente información como para

hacer un amplio desarrollo de la totalidad de los aspectos que se deben informar. Podría priorizarse alguno o algunos de los literales de este artículo por la importancia práctica que puedan significarle al titular sin que esto signifique que el resto de literales no se tengan en cuenta.

Los derechos del titular podrían ser el punto en el que se haga mayor énfasis y pueda representar una mayor importancia pero no necesariamente puede ser el que más lo necesite y es acá donde se evidencia el segundo problema, el que hace referencia a la necesidad del uso de lenguaje técnico, puesto que el literal A de dicho artículo requeriría una explicación de muchos aspectos técnicos dependiendo de la materia en la cual se pretenda usar los datos y podría también necesitar uso del lenguaje técnico para explicar procesos cibernéticos que se empleen en la recolección de los datos.

A manera de solución, las acciones a tomar en la presentación de la política de privacidad o política de tratamiento de datos al titular podrían ser las siguientes:

1. Se prioricen ciertos aspectos dada su importancia para presentarse de manera clara, sencilla y expresa los aspectos fundamentales del artículo 12 advirtiendo que no se encuentra la totalidad de la temática y se dé la posibilidad de remisión al documento completo.
2. Para cumplir con el requisito del literal “a” del artículo 12 de la ley de Protección de datos personales se puede intentar agrupar la información en diferentes grupos que tengan una relación, es decir, en unos subgrupos que engloben prácticas similares.
3. Que los documentos eliminen información innecesaria, dado el caso que la tengan, para hacerlos más cortos y amenos a la lectura del usuario.

4. Se haga uso de lenguaje cotidiano y entendible siempre que no sea estrictamente necesario el uso de lenguaje técnico y de tener que usarlo que se explique qué significa o a que se refiere lo dicho.
5. Se ordenen las políticas para que no se encuentre la información dispersa por todo el texto, sino que sea fácil para el usuario encontrar los aspectos de los que habla el anteriormente mencionado artículo.
6. Eliminar el uso de palabras vagas y especificar las acciones que se van a tomar para que el titular sepa con precisión lo que pasará con sus datos personales.

Conclusiones

Culminado el estudio de esta problemática y con miras a realizar un aporte al debate se encontró las siguientes conclusiones respecto a los diferentes temas tratados en los capítulos precedentes.

Respecto al tema del comportamiento de los titulares, se encontró que el comportamiento nombrado por muchos como “fatiga en el consentimiento” es generalizado a nivel mundial. Diversas entidades encargadas del tema de la protección de datos personales han hecho análisis similares y han impuesto sanciones por las mismas faltas llevando a entender que es una situación generalizada en los usuarios de captadoras de datos en línea la aceptación de políticas de tratamiento de datos sin una lectura previa del contenido de estas.

En cuanto a la solución a esta problemática, se encontró que las diversas autoridades mencionadas anteriormente también optan por las recomendaciones emitidas por la SIC en cuanto a la claridad, la brevedad y la inteligibilidad. Es recurrente encontrar que se proponga recortar información, el uso de lenguaje más

entendible para los ciudadanos comunes y también la delimitación exacta del alcance que tendrá la información de los usuarios.

En el análisis a las normas aplicables en Colombia, se encontró una tendencia a la simplificación sin dejar de lado los aspectos esenciales del artículo 12 de la ley 1581 de 2012. La consecución de este ideal muchas veces puede presentarse como una contradicción puesto que sí se exige que se cumpla a cabalidad el requisito, pero se exige que sea de la manera más clara sencilla y expresa se entra en la dualidad de la priorización o ponderación entre ambos y se hace muy complicado lograr que convivan armónicamente.

La conclusión respecto al problema anteriormente planteado puede ser la implementación de un sistema integral de gestión de datos personales donde se llene los vacíos que pueda dejar la política de tratamiento de datos en cuanto a información importante y se pueda lograr cumplir con el requisito de la claridad, la brevedad y la sencillez. La forma en la que el sistema integral podría suplir o llenar estos vacíos es por medio de una protección global del dato desde que se recolecta, pasando por su almacenamiento y su posterior uso y llegando hasta su deshecho. La protección global de los datos puede implementarse con mecanismos de seguridad cibernética, con opciones de verificación para el usuario y con la implementación de acciones de control y revocación para el titular inconforme.

Referencias.

Agencia Española de Protección de Datos. Resolución R/02892/2013.

Anónimo (2020). *83% de colombianos de estratos medio y bajo se conectan diariamente a Internet*. Vanguardia. Recuperado de:
<https://www.vanguardia.com/tecnologia/83-de-colombianos-de-estratos-medio-y-bajo-se-conectan-diariamente-a-internet-YH2801540>

Anónimo (2020). *Colombia es uno de los países con más usuarios en redes sociales en la región*. MinTIC. Recuperado de:
<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Sabia-Ud-que/2713:Colombia-es-uno-de-los-paises-con-mas-usuarios-en-redes-sociales-en-la-region>

Bringué, X. (Xavier); Sádaba, Ch. (Charo). "La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas.". Colección Fundación Telefónica, Ariel. Barcelona, 2008.

Colombia. Congreso de la República. Código Civil. Ley 57 de 1887.

Colombia. Congreso de la República. Ley 1581 de 2012.

Comisión Australiana de la Competencia y del Consumidor. Digital Platforms Inquiry. Junio 2019.

Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés. SAN-2019-001. 21 de enero 2019.

Diccionario de la Real Academia Española.

España. Cortes Generales. Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

Google LLC. Política de Privacidad.

<https://policies.google.com/privacy?hl=esjuridico/ORDEN%20GOOGLE%281%29.pdf>

Kemp, S (2020). *Digital 2020 Global Overview Report-Colombia*.

Diapositivas 17, 20, 21, 22, 24, 40, 42 y 55. Recuperado de:

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia>

Osorio, J (2021). Protección de datos personales en línea. Google Forms.

Ospina y Ospina (1994). Teoría General del Contrato y de los demás Actos o Negocios Jurídicos. Ed. Temis S.A. Bogotá. P. 207.

Superintendencia de Industria y Comercio. Resolución 53593 del 3 de septiembre de 2020. <https://www.sic.gov.co/sites/default/files/boletin->

Anexo.

- Encuesta en Google Forms.

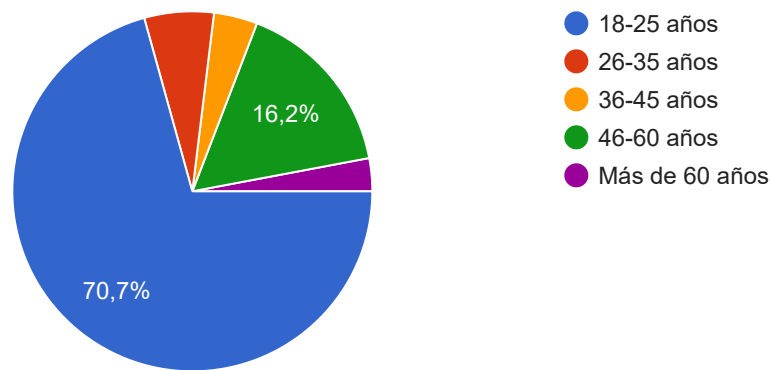
Protección de datos personales en línea.

945 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

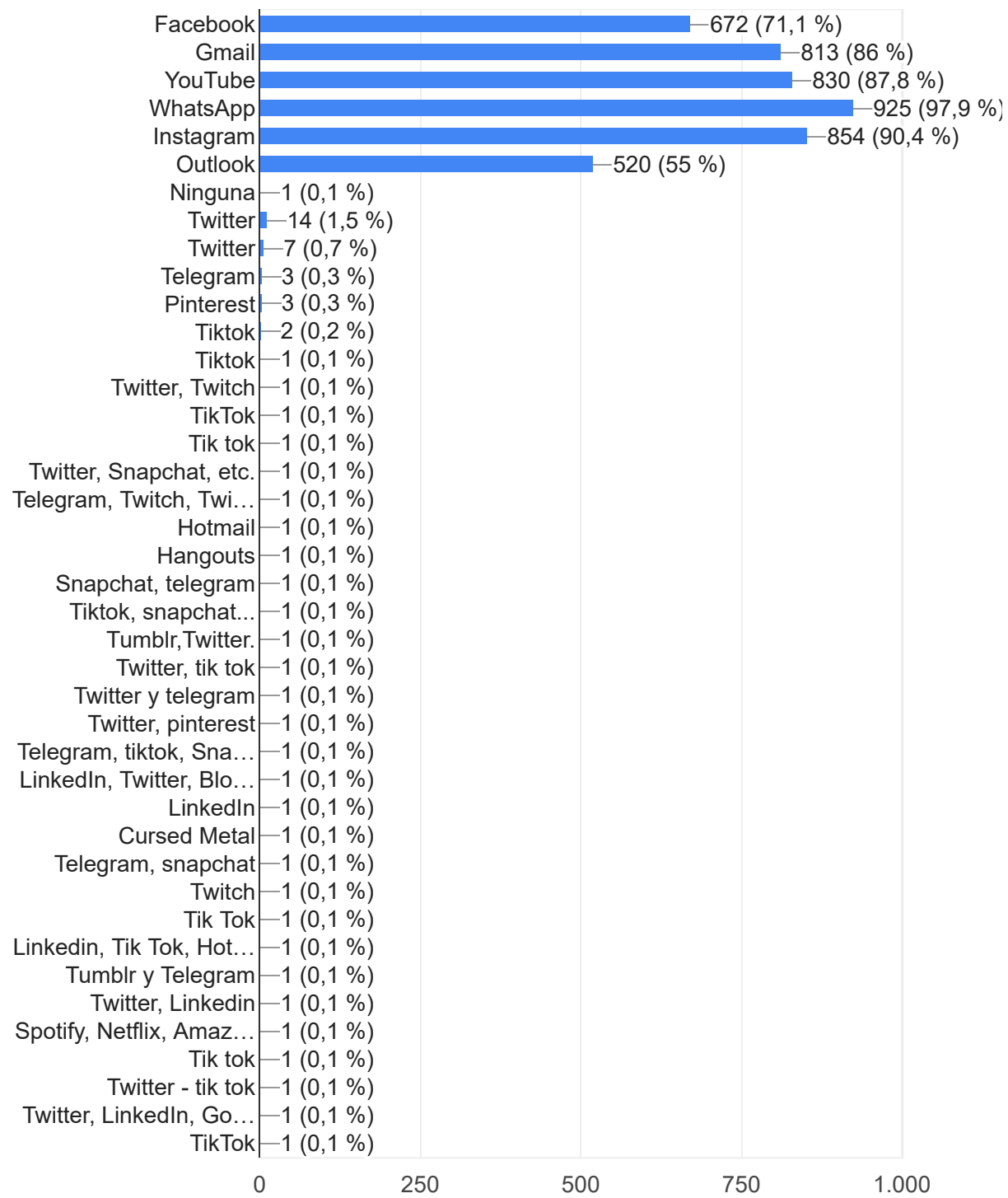
Seleccione su edad

945 respuestas



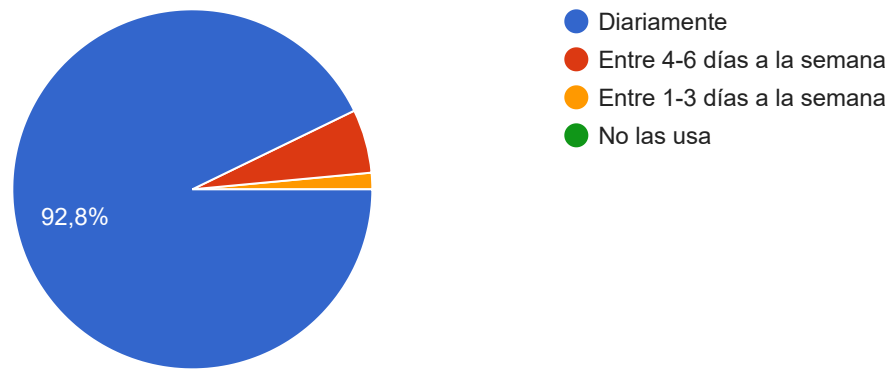
¿Cuál de estas Plataformas usa usted?

945 respuestas



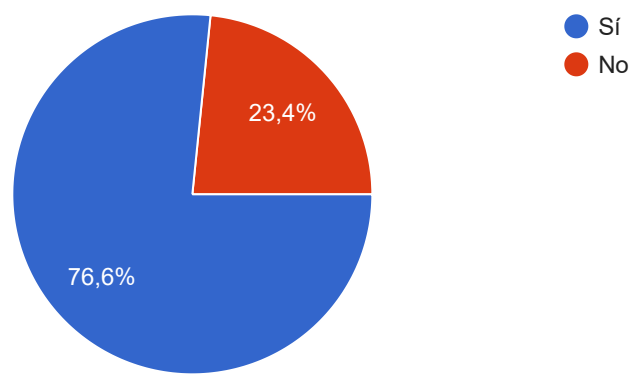
Con que frecuencia usa las anteriores plataformas?

945 respuestas



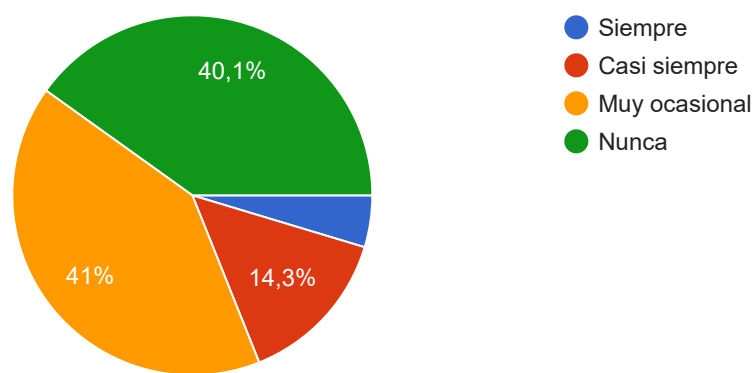
¿Sabe que son las políticas de tratamiento de datos personales?

945 respuestas



¿Lee las políticas de tratamiento de datos antes de aceptarlas?

945 respuestas



Independiente de su respuesta en la pregunta anterior, ¿Por qué lo hace?

781 respuestas

Pereza

Me da pereza

Por seguridad

Son muy largas

Curiosidad

Me da pereza

Seguridad

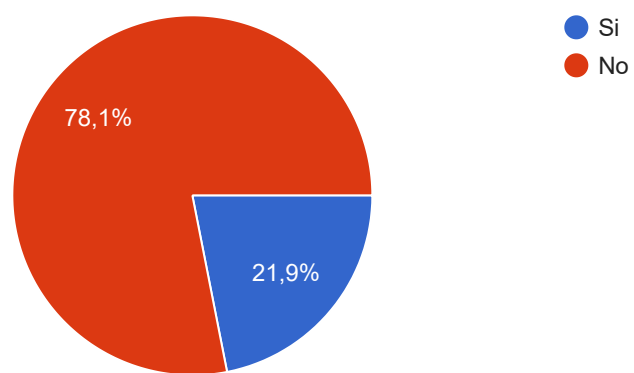
Pereza

Mucho texto



¿Conoce qué acciones tiene a favor de la protección de sus datos en línea?

945 respuestas



Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

