

EL RGPD UE 2016/679 EN APLICACIÓN

El tratamiento de los datos de contacto de profesionales

En nuestra Ley Orgánica de protección de datos (LOPDGDD), como ya vimos en el pasado boletín, existe un apartado denominado “disposiciones aplicables a tratamientos concretos”. El primero de ellos se refiere al tratamiento de datos de contacto, de empresarios individuales y de profesionales liberales.

En este caso, el interés legítimo será la legitimación adecuada para disponer del uso de una base de datos de contacto, de empresarios individuales y de profesionales liberales que prestan servicios en una persona jurídica.

¿Cuáles son los requisitos para su tratamiento? En primer lugar, que los datos se refieran solo a aquellos necesarios para su localización profesional y, en segundo lugar, que la finalidad sea para mantener una comunicación de cualquier índole con la persona jurídica en la que el afectado presta sus servicios.

Cuando el tratamiento se realice sobre los datos de empresarios individuales y profesionales liberales se aplicarán los mismos requisitos. En este caso, no se utilizarán para entablar una relación con los mismos como personas físicas.

Las administraciones públicas los tratarán en base a una obligación legal o para ejercer sus competencias.

Contenido

- 1.El tratamiento de los datos de contacto de profesionales.
- 2.Una empresa es sancionada por enviar e-mails comerciales sin copia oculta.
- 3.Los acortadores de URLs y la protección de datos.
- 4.Diez razones para el sharenting responsable, concienciar sobre el uso de imágenes de menores de edad en Internet.
- 5.¿Cuándo debo nombrar un DPO y cuáles son las consecuencias si no lo hago?



IMPORTANTE

El interés legítimo perseguido por el responsable será lícito siempre y cuando no prevalezcan los intereses o derechos del interesado.

SANCIONES DE LA AEPD

Una empresa es sancionada por enviar e-mails comerciales sin copia oculta

En el procedimiento [sancionador https://www.aepd.es/es/documento/reposicion-ps-00320-2019.pdf](https://www.aepd.es/es/documento/reposicion-ps-00320-2019.pdf), se sanciona a SHOP MACOYN, S.L. (YBL ABOGADOS), por el envío de e-mails de carácter comercial sin ocultar el del resto de destinatarios.

En un primer momento, cuando el reclamante recibió el primer e-mail con todas las direcciones de correo electrónico de los clientes de YBL ABOGADOS, solicitó a la entidad que suprimieran sus datos para el envío de publicidad, sobre esa petición, no recibió contestación alguna, sino que la entidad continuó realizando campañas publicitarias.

En la resolución se hace constar que, en todos los correos que la entidad envió al reclamante con la finalidad de informar de sus servicios, se hizo sin tomar las medidas adecuadas de seguridad e incumpliendo, uno de los principios fundamentales que se regulan en el RGPD, el deber de confidencialidad. Este principio supone que el responsable de los datos debe garantizar al interesado que se realicen filtraciones de los datos no consentidas por ellos.

La infracción cometida por SHOP MACOYN, S.L. (YBL ABOGADOS), está tipificada en el art.83.5 del RGPD y es considerada muy grave a efectos de prescripción del art. 72.1.a de la LOPDGDD. **La multa ascendió a 5.000 euros.** Se tuvieron en cuenta como atenuantes, que solo existió un reclamante, no hubo una actitud dolosa y la entidad reclamada era una pequeña empresa.

El deber de confidencialidad se mantendrá aun cuando hubiese finalizado la relación del obligado con el responsable o encargado del tratamiento.



IMPORTANTE

El deber de confidencialidad no solamente incumbe al responsable y al encargado del tratamiento si no a todo aquel que interviene en cualquier fase del tratamiento.

LA AEPD ACLARA

Los acortadores de URLs y la protección de datos

La AEPD publicó un interesante [documento](https://www.aepd.es/es/prensa-y-comunicacion/blog/acortadores-de-urls) <https://www.aepd.es/es/prensa-y-comunicacion/blog/acortadores-de-urls>

explicando los riesgos que suponen para la privacidad la proliferación de la utilización de enlaces, en adelante (URLs) acortados.

Lo primero que analiza en este documento es que la navegación en internet está en constante evolución, apareciendo constantemente nuevos servicios web. La forma en que nos comunicamos ha cambiado y esto ha supuesto que, con el uso de los microbloggings como Twitter y otro tipo de servicios de mensajería, se utilicen herramientas que permitan acortar los enlaces a un sitio web. En este caso, se reemplazaría la típica URL larga de un sitio web por una versión acortada, siendo así más fácil de integrar en un mensaje o en un tweet.

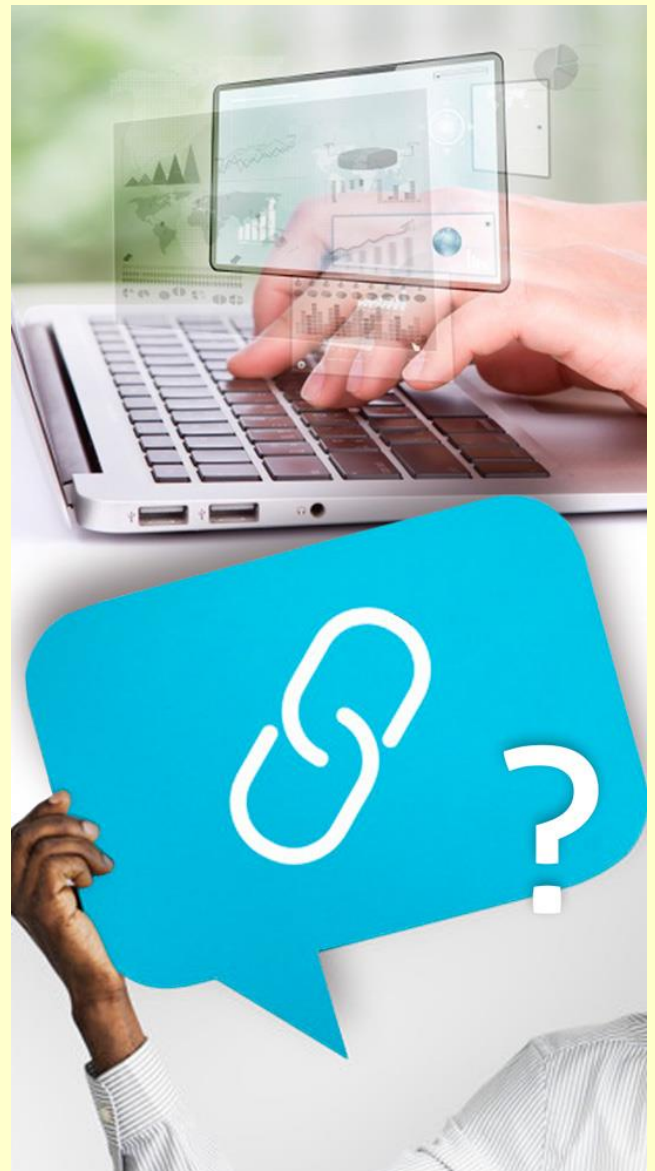
Aparentemente son servicios de redirección inocuos y, por regla general, cuando accedes al enlace acortado, te redirige al sitio original.

¿Cuáles son los riesgos para la privacidad?

1º Desconocimiento del destino al que nos redirigirá el enlace acortado, podría tratarse de sitios peligrosos que suplanten la web de otra entidad (phishing).

2º Al intermediario le estamos facilitando alguno de nuestros datos personales (IP y otra información sobre el dispositivo).

3º Muchos de ellos realizan funciones de seguimiento de usuarios y elaboración de perfiles.



IMPORTANTE

El uso de acortadores debe utilizarse con precaución y no abrirlos inmediatamente, desconfiando cuando nos llegue un enlace acortado si es de una fuente no fiable.

ACTUALIDAD LOPD

Diez razones para el sharenting responsable, concienciar sobre el uso de imágenes de menores de edad en Internet



Fuente: [AEPD](#)

Madrid, a 9 de Julio de 2020

Es comprensible que padres y madres quieran compartir con otras personas la imagen de sus hijos motivados por la ilusión, la alegría o singularidad del momento y, por qué no decirlo, el orgullo. Otras veces, por desgracia, las razones pueden tener matices más egoístas o, simplemente, no se ha reflexionado sobre lo que se está haciendo y ello puede significar para quienes identificamos con frecuencia como lo más importante de nuestras vidas.

Confinamiento y vacaciones, dos momentos con tendencia a los excesos

En estos meses de reclusión debido a la pandemia ha proliferado la práctica de compartir imágenes familiares de menores de edad, acelerada por el contexto que ponía en las tecnologías ligadas a Internet gran parte de las posibilidades para el ocio, el estudio, el trabajo o las relaciones personales. Por otro lado, las vacaciones son también un momento habitual en el que deseamos compartir nuestra alegría y experiencia con las demás personas, y muchas veces los pequeños de la casa son protagonistas necesarios.

Debido a esta situación, PantallasAmigas, con la colaboración de la Agencia Española de Protección de Datos, ha querido poner el foco en que se trata de una práctica no exenta de riesgos y que debe ser considerada y meditada con calma. El sharenting puede tener asociadas consecuencias negativas asociadas y por ello se debe realizar de manera responsable, valorando los pros y contras potenciales en cada ocasión.

El sharenting, una práctica extendida de forma exagerada

Según un estudio de la Universidad de Michigan, el 56% de los padres suben fotografías de sus hijos que podrían resultarles vergonzosas. Por otro lado, un estudio del Reino Unido revelaba que los padres habrían publicado en redes sociales un promedio de 13.000 vídeos o fotos de su hijo o hija antes de que cumpliera los 13 años. Parecen datos coherentes con este otro informe de AVG que cifraba en el 81% el porcentaje de bebés que está en Internet antes de cumplir 6 meses. Vemos, por lo tanto, que hay motivos para llamar la atención de las familias sobre una práctica no siempre resulta tan inocua como parece.

Puede ver más información en el siguiente enlace

[Diez razones para el sharenting responsable](#)

[Web de la AEPD. tudecideseninternet](#)

EL PROFESIONAL RESPONDE

¿Cuándo debo nombrar un DPD y cuáles son las consecuencias si no lo hago?

La figura del delegado de protección de datos, en adelante (DPD) ha ido cobrando importancia a lo largo de estos dos años de aplicación del reglamento. **Son muchas las entidades que han reclamado sus servicios para implantar de una forma adecuada sus políticas de privacidad y cumplir con todas las exigencias que requiere el RGPD.**

En el art. 34 de nuestra ley orgánica [LOPDGDD](#), se recogen los supuestos en que resulta obligatoria la designación de un DPD. En ese listado están, entre otros, los colegios profesionales y sus consejos generales, centros docentes que ofrezcan enseñanzas en cualquiera de los niveles establecidos en su legislación competente, así como las Universidades públicas o privadas (...)

¿Qué pasa sino estoy en ninguno de estos supuestos? En este caso, habrá que tener en cuenta los requisitos contenidos en el RGPD: si nuestro tratamiento requiere una observación habitual y sistemática de interesados a gran escala, si se tratan datos a gran escala de categorías especiales de datos personales o bien el tratamiento lo lleva a cabo una autoridad u organismo público.

Si estamos en alguno de los supuestos anteriores, debemos nombrar un DPD para evitar sanciones. **La AEPD ya ha comenzado a sancionar a las entidades. Como, por ejemplo, la reciente sanción de 25.000 € impuesta a la empresa GLOVO.**



IMPORTANTE

La designación del DPD debe comunicarse a la AEPD en un plazo de 10 días, a través de su [sede electrónica](#).