



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

INSPECCIÓN SECTORIAL DE OFICIO

“CONCURSOS, JUEGOS Y SORTEOS DE TELEVISIÓN”

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES

La Agencia de Protección de Datos tiene conocimiento de que últimamente han proliferado en los medios españoles un gran número de formatos televisivos a través de los cuales se recaba la participación pública, lo que en ocasiones puede suponer la recogida indiscriminada de datos personales de la audiencia. Este tipo de actividades deberían siempre llevar asociado el establecimiento, por parte de todas las entidades implicadas, de las garantías adecuadas que permitan asegurar que el tratamiento de tales datos no menoscaba en el ciudadano el ejercicio de un derecho fundamental como es el de la protección de sus datos de carácter personal, tal y como lo consagran las sentencias del Tribunal Constitucional 290/2000 y 292/2000, ambas de 30 de noviembre, y la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, proclamada por los Jefes de Estado y de Gobierno de la Unión Europea en Niza el 7 de diciembre de 2000.

Esta Agencia vela por el cumplimiento de la Ley en relación con la doctrina mantenida por el Alto Tribunal, cuando reconoce *“el poder de control del ciudadano sobre sus datos personales, sobre su uso y destino, con el propósito de impedir su tráfico ilícito y lesivo para la dignidad y derecho del afectado”*, y cuando considera que tal derecho *“no se reduce sólo a los datos íntimos de la persona, sino a cualquier tipo de dato personal, sea o no íntimo, cuyo conocimiento o empleo por tercero no es sólo la intimidad individual, que para ello está la protección que el art. 18.1 CE otorga, sino los datos de carácter personal”*.

Así, haciendo uso de las funciones atribuidas a la Agencia por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD), y en consonancia con el carácter preventivo de sus actuaciones, es objetivo de este organismo contribuir a lograr que las actividades que giran alrededor de la realización de los citados programas de televisión se desarrollen de acuerdo con los principios establecidos por la Ley Orgánica, identificando para ello cuáles son las deficiencias que deberían subsanar las entidades implicadas, con objeto de mejor salvaguardar los derechos de los ciudadanos en relación con el tratamiento de sus datos de carácter personal.

A este respecto, y como complemento a las actividades desarrolladas por la *“Ponencia de estudio de los derechos de concursantes y audiencia en relación con concursos, juegos y apuestas”*, constituida en el seno de la Comisión de la Sociedad de la Información y del Conocimiento del Senado, en el mes de febrero el Director de la Agencia de Protección de Datos asumió el compromiso de realizar las oportunas actuaciones inspectoras con el objetivo de determinar la adecuación a la legislación vigente de los ficheros constituidos con datos de personas que intervienen en programas de televisión, siempre que su intervención suponga de alguna forma la participación en concursos, juegos o sorteos. En este sentido, no se han incluido en el presente análisis los ficheros en los que tan sólo se almacenan datos de las personas que intervienen en los programas televisivos para exponer sus experiencias u opiniones, cuando esa intervención no supone la participación en un concurso, juego o sorteo.



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

Al iniciarse nuestro análisis, una primera observación de la información que constaba en el Registro General de Protección de Datos permitió obtener algunas líneas de investigación:

- La inscripción de ficheros con datos de concursantes por parte de las compañías emisoras de televisión revelaba su intervención en la producción de este tipo de programas, pero también reflejaba la obtención por parte de algunas de estas compañías de los datos recabados por otras (canales temáticos o productoras).
- Los ficheros analizados eran generalmente relativos a la participación en concursos, incluyéndose datos referidos tanto a personas que intervienen de forma presencial como a aquellas otras que participan por vía postal, telefónica (incluyendo el envío de mensajes cortos SMS) o a través de Internet. Destacaban también aquellos concursos en los que para la selección de los concursantes se realiza un proceso de “casting” y no un simple sorteo, ya que en ese proceso pueden colaborar otras entidades.
- Junto con los programas concebidos fundamentalmente como concursos o juegos de participación de la audiencia, existen otros más generales, de los que se habían declarado ficheros con datos de personas, generalmente niños, asociados para formar parte de clubes promotores de actividades diversas (culturales, deportivas, ocio), los cuales pueden utilizar los datos de los miembros o socios para el envío de publicidad de las entidades patrocinadoras.
- Se consideraron también otros programas que no eran siempre concursos pero que, con el reclamo de un premio a sortear entre los participantes, sondeaban la opinión de la audiencia al respecto de cuestiones diversas, obteniendo para ello sus datos personales (asociados, por tanto, a la opinión manifestada). Algunos de éstos utilizan la vía de los mensajes cortos SMS para obtener estas opiniones.
- En la inscripción de los ficheros relacionados con determinados concursos que implican la convivencia de los participantes se hacía constar que contienen datos de los que la LOPD considera especialmente protegidos, en particular, relativos a la salud y vida sexual.

Por otra parte, entre los antecedentes que constan en la Agencia figuran también algunos procedimientos sancionadores iniciados como consecuencia de la realización de las correspondientes actuaciones de inspección, las cuales habían revelado la participación de múltiples entidades en ciertos procesos de selección de concursantes, ocasionando el acceso a datos personales por cuenta de terceros sin las debidas garantías y favoreciendo que, en algún caso, por la espectacular relevancia de que determinados concursos llegan a gozar, tales datos pudieran filtrarse a través de medios públicos.

De la misma forma, la Inspección tenía conocimiento de determinadas compañías cuyo objeto social se centra en la recopilación de datos personales de participantes en diversos concursos televisivos y en su posterior tratamiento con fines comerciales, para lo cual se establecen ciertas relaciones con las compañías (productoras o televisiones) que se han encargado de recabar los datos.



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

1 ACTUACIONES REALIZADAS

A la hora de delimitar el colectivo de entidades que iban a ser objeto de análisis por parte de la Inspección, se han tenido en cuenta no sólo aquéllas que se han declarado, a través del Registro General de Protección de Datos, como responsables de los ficheros (las televisiones y las productoras de televisión), sino también otras entidades que pueden participar en el tratamiento de datos personales, generalmente en calidad de “*encargado de tratamiento*” o cesionario. Así, dentro del presente Plan se ha realizado visita de inspección a un total de 19 entidades que participan de una u otra forma en la realización de los programas que son objeto de análisis. Entre ellas figuran 5 compañías que prestan el servicio público de televisión, tres de ellas (con ámbito nacional) titulares de una concesión administrativa y las otras dos dependientes de entidades con naturaleza jurídica pública (una nacional y otra de ámbito autonómico), las cuales también han sido inspeccionadas. Así mismo, se han visitado 4 productoras de programas televisivos, 5 compañías especializadas en servicios de valor añadido (audiotex y recepción de mensajes cortos SMS) y otras 3 compañías que prestan servicios diversos.

2 RESULTADOS OBTENIDOS

Se ha podido constatar que una de las principales vías de obtención de datos personales relativos a la audiencia de televisión (TV) son las líneas telefónicas 906. Los servicios audiotex que se prestan a través de estas líneas están regulados en la *Orden PRE/361/2002, de 14 de febrero, del Ministerio de la Presidencia, de desarrollo, en lo relativo a los derechos de los usuarios y a los servicios de tarificación adicional, del título IV del Real Decreto 1736/1998, de 31 de julio, por el que se aprueba el Reglamento por el que se desarrolla el título III de la Ley General de Telecomunicaciones*. En particular, el artículo 18.5 establece que los prestadores de servicios “*deberán elaborar un plan de publicidad para garantizar una adecuada y suficiente información al público sobre el funcionamiento de estos servicios*” y, entre otras cuestiones, prevé la obligatoriedad de informar telefónicamente acerca del precio máximo por minuto de llamada en el momento de iniciarse la comunicación.

Las líneas de tarificación adicional son atendidas por compañías especializadas en la prestación de servicios de audiotex, que son las titulares de la línea telefónica y que, según se ha podido comprobar, almacenan en sus propios servidores las grabaciones de audio con los datos facilitados telefónicamente. A este respecto, también se ha verificado que el almacenamiento de las grabaciones no está indexado por el número de la línea llamante, dato este que no queda registrado. La locución que escucha la persona que realiza la llamada guía a ésta para que facilite sus datos, los cuales suelen consistir en: nombre y apellidos, número telefónico de contacto, edad y población de residencia, aunque en ocasiones también se recaban datos sobre domicilio, estado civil y número de D.N.I.



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

Se trata de conseguir por esta vía que la audiencia participe activamente en los programas de televisión, de tal forma que las votaciones de los televidentes decidan parcialmente sobre el desarrollo del programa. Estos programas suelen tener formato de magazines, variedades o concursos y utilizan como reclamo el sorteo de un premio entre los participantes. Generalmente los datos personales así obtenidos no llegan a transcribirse en formato texto, siendo las grabaciones de audio destruidas por la compañía de audiotex, una vez que se realiza el correspondiente sorteo. Los servicios son generalmente contratados por la cadena de televisión que emite el programa, la cual se reparte con la titular de la línea 906 los beneficios obtenidos a través de la facturación de la compañía telefónica.

Una práctica muy extendida en el sector de audiotex consiste en repartir el tráfico de llamadas en situaciones de congestión de la red telefónica. Así, cuando una determinada línea se satura por la gran afluencia de llamadas recibidas, lo que suele ocurrir cuando se convoca puntualmente a la audiencia a realizar sus votaciones en un corto espacio de tiempo, la compañía telefónica desvía las llamadas entrantes hacia otras líneas cuya titularidad corresponde a distintas compañías de audiotex. Para ello sólo es preciso que previamente la titular de la línea que se desviará lo solicite a la compañía telefónica y que las compañías interesadas en recibir los desvíos notifiquen también a la compañía telefónica su aceptación. De esta forma, los datos personales recabados en un determinado sorteo se almacenan en los distintos sistemas informáticos utilizados por las respectivas compañías que reciben las llamadas, aunque en algunos casos estas llamadas ni siquiera lleguen a intervenir en el sorteo que se celebra.

Las líneas de tarificación adicional son también utilizadas como vía para la selección de concursantes o “*casting*”. Las labores de recepción de llamadas a líneas 906 son encargadas generalmente por la productora del programa a la compañía de audiotex titular de la línea, aunque en algún caso se ha observado que la contratación la realiza la cadena de televisión que emite el programa. En general, el procedimiento seguido es el mismo que el descrito para los sorteos, aunque en estos casos los datos personales almacenados en forma de grabaciones de audio son posteriormente transcritos en formato texto por otra compañía especializada en labores de grabación informática. Los ficheros así obtenidos se entregan a la productora del concurso, que los utiliza como base para contactar telefónicamente con los interesados y convocarles, en algunos casos, a sucesivas pruebas de aptitud antes de la selección final.

Se ha detectado, sin embargo, algún caso en que el establecimiento de la línea telefónica parece responder tan sólo a un interés promocional o incluso económico, por la obtención de ingresos adicionales. No parece justificado que se recabasen datos personales de más de 4.000 participantes en ese supuesto “*casting telefónico*” y que tales datos fueran transcritos en formato de texto, pero luego no fuesen utilizados como base para la selección de concursantes, la cual se realizó a partir de los datos facilitados personalmente por los interesados en el momento de presentarse a las pruebas de aptitud. Resulta significativo, por otra parte, que en este caso la contratación de los servicios de audiotex fue realizada no por la productora sino por la cadena de televisión que emitiría el concurso, la cual recibió así parte de los beneficios obtenidos por la facturación telefónica. Es relevante además que esta misma cadena ya había comercializado en otras ocasiones datos personales de concursantes.



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

Otra de las vías más utilizadas para recabar la participación de la audiencia en sorteos es el envío de mensajes cortos (SMS) a través de telefonía móvil. Al igual que con los servicios de audiotex, es generalmente la cadena de televisión la que contrata estos servicios con la compañía titular de un número corto de los denominados “*premium*” (de cuatro cifras), que a su vez ha suscrito contrato con las tres operadoras de telefonía móvil que actualmente disponen de licencia en nuestro país. De esta forma cualquier usuario (sin importar la compañía que le presta los servicios de telefonía) puede remitir mensajes cortos desde su terminal móvil al citado número, siendo recibidos en la “*plataforma de mensajería*” de la propia titular del número, donde quedan almacenados indexados en función del número telefónico remitente.

Esta misma vía se ha utilizado también en alguna ocasión como alternativa para recabar datos de los interesados en participar en el “*casting*” de un concurso. En este caso los servicios son contratados por la productora del programa, que recibe en soporte informático el fichero que se constituye con los datos directamente automatizados por los propios interesados, sin necesidad de que medie una labor de transcripción. Evidentemente, el fichero así constituido posee una información más detallada acerca de las personas que han realizado las llamadas, pues contiene no sólo el número del teléfono móvil llamante sino también otros datos (nombre, provincia, edad) que permiten una mejor identificación del candidato.

En otro orden de cosas, Internet ha sido la vía elegida por la productora de un concurso musical para recabar un extenso currículum (nombre y apellidos, D.N.I., dirección completa, sexo, fecha de nacimiento, número de teléfono, dirección electrónica, características físicas, estudios, profesión, disponibilidad, experiencia televisiva, opiniones y preferencias musicales) de más de 12.000 interesados en participar en un proceso de selección de presentadores del canal temático asociado al citado formato televisivo. Estos datos sirvieron posteriormente de base para elegir y convocar a los candidatos más idóneos.

En lo relativo a la celebración de los sorteos, generalmente interviene un notario, aunque no siempre de la misma forma. Cuando la participación tiene lugar a través de una línea 906, el notario suele personarse en el lugar en que se han almacenado las grabaciones de audio (que, como ya se ha mencionado, puede ser cada uno de los servidores de las compañías que reciben las llamadas) y el sistema informático facilita “aleatoriamente” una relación de posibles ganadores, de la que el notario extrae al elegido. Cuando la participación tiene lugar a través de mensajería móvil, la compañía de servicios remite al notario un soporte informático conteniendo el texto íntegro de los mensajes recibidos y el número de teléfono remitente. Este soporte es posteriormente devuelto a la compañía de servicios para su custodia.

Finalmente, dentro de las iniciativas que tienen mayor implantación en las televisiones (tanto públicas como privadas), cabe citar la organización de programas orientados al público infantil, que llevan asociada la creación de un club de socios cuyos fines son la promoción de actividades culturales y de ocio, con la consiguiente celebración de sorteos y concursos entre los miembros del club. Generalmente la inscripción en el club puede realizarse por correo postal, a través de Internet o a través de cupones que aparecen en publicaciones escritas. Se ha observado que en ocasiones los datos del socio se recaban con la intención de ser utilizados con fines comerciales.



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

3 CONCLUSIONES GENERALES

A continuación, se analiza, desde el punto de vista de la protección de datos, el cumplimiento de cada uno de los principios legales respecto de las actividades que realizan las compañías inspeccionadas.

3.1 Información facilitada en la recogida de datos

Quizá uno de los incumplimientos más generalizados de la LOPD que se han detectado consiste en la incompleta información que se facilita al ciudadano en el momento de recabar sus datos personales. Así, las locuciones utilizadas en los sistemas audiotex no incluyen en muchos casos referencias a los extremos previstos en el apartado 1 del artículo 5 de la Ley Orgánica. De esta forma, las personas que facilitan sus datos al sistema automático no tienen conocimiento del destino final que se dará a los mismos, tanto si participan en un sorteo como si lo hacen en un proceso de selección de concursantes.

A este respecto, hay que señalar que el hecho de grabar la voz de los interesados en el momento de facilitar sus datos personales ya constituye un tratamiento de los mismos. En este sentido, se ha observado que tales grabaciones se almacenan de forma automatizada constituyendo un conjunto organizado en los mismos términos en que el artículo 3 de la LOPD define el término “*fichero*”, es decir, “*cualquiera que fuere la forma o modalidad de su creación, almacenamiento, organización y acceso*”. A esta consideración se añade el hecho de que cuando los datos se recaban en el seno de un “*casting*” generalmente se transcriben luego sobre ficheros convencionales de texto, ya sea mediante métodos automáticos de reconocimiento de voz o con intervención humana.

De la misma forma, puede decirse que los mensajes cortos remitidos por teléfono móvil, que se almacenan junto con el número llamante, constituyen en sí mismos datos personales, de acuerdo con la definición incluida en la LOPD, que comprende “*cualquier información concerniente a personas físicas identificadas o identificables*”. Así, el mero hecho de disponer de ese número telefónico permitiría al destinatario del mensaje determinar quién ha manifestado una determinada preferencia al votar, sin más que telefonar a ese número. Más evidente aún es el caso en que el remitente del mensaje incluye en el mismo datos identificativos adicionales con la intención de participar en un “*casting*”.

Este criterio ha sido recientemente ratificado por la Audiencia Nacional en sentencia de 8 de marzo de 2002 (procedimiento ordinario 948/2000). Según se cita en la misma, “*para que exista dato de carácter personal (en contraposición con dato disociado) no es imprescindible una plena coincidencia entre el dato y una persona concreta, sino que es suficiente con que tal identificación pueda efectuarse sin esfuerzos desproporcionados*” y “*para determinar si una persona es identificable, hay que considerar el conjunto de*



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

los medios que puedan ser razonablemente utilizados por el responsable del tratamiento o por cualquier otra persona, para identificar a dicha persona". La sentencia se fundamenta precisamente en el contenido del artículo 2.a) de la Directiva 95/46/CE del Parlamento y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, que considera identificable toda persona cuya identidad pueda determinarse, directa o indirectamente, en particular mediante un número de identificación o uno o varios elementos específicos característicos de su identidad física, fisiológica, psíquica, económica, cultural o social.

Otra consideración adicional se refiere al responsable del tratamiento de datos, de cuya identidad y dirección (o bien de la de su representante) es preciso informar en el momento de la recogida de datos. Como ya se ha mencionado, las compañías que prestan los servicios de audiotex en acciones comerciales que llevan asociado un sorteo suelen ser contratadas por las cadenas de televisión. Sin embargo, no siempre le queda claro al participante a quién corresponde la responsabilidad del fichero al que se incorporarán sus datos personales, dado que las locuciones utilizadas no informan adecuadamente a este respecto. De forma análoga sucede cuando dichos servicios se aplican a procesos de selección de concursantes, siendo contratados los servicios en tales casos por la productora del concurso. Lo que sí resulta evidente, a la vista de todo ello, es que cuando el ciudadano realiza su llamada telefónica se puede sentir indefenso al no tener conocimiento de los destinatarios concretos de los datos que facilita (la productora, la compañía de televisión o la propia compañía de audiotex), ni de la finalidad con la que podrían ser tratados al margen de la que justifica la llamada.

Cuando la recogida de datos se realiza a través de mensajes cortos SMS el participante no recibe en ningún caso la preceptiva información sobre protección de datos, la cual debería facilitarse en el mismo momento en que se promociona el servicio, es decir, cuando se da publicidad (en los medios de comunicación) al número telefónico de cuatro cifras al que se remitirán los mensajes. Esto es aplicable tanto en los sorteos (asociados generalmente a líneas de votación) como en los procesos de selección de concursantes, donde los datos personales son más completos. Es quizás en estos servicios donde la desinformación tenga mayor trascendencia, pues en este caso se difumina la responsabilidad de las productoras o de las televisiones, al ser las compañías que los prestan las que tienen la capacidad de conservar los mensajes en sus equipos por tiempo indefinido, no existiendo en los contratos, sin embargo, ningún reconocimiento de responsabilidad al respecto de los datos por parte de ninguna de las entidades implicadas.

Algo parecido ocurre cuando se solicita que los datos se envíen por vía postal, pues no se utilizan formularios al efecto, lo que, bien es verdad, ocurre cada vez en menos ocasiones, quizás debido a los importantes beneficios económicos que pueden reportar las otras vías de participación del público.

Cuando la recogida de datos se realiza a través de Internet se ha verificado que tampoco siempre se suministra la mencionada información, a pesar de que esta vía es la que más posibilidades ofrece y la que resulta menos onerosa para el ciudadano. En este sentido, es preciso recordar que el apartado 2 del citado artículo 5 de la LOPD establece que



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

“cuando se utilicen cuestionarios u otros impresos para la recogida, figurarán en los mismos, en forma claramente legible, las advertencias a que se refiere el apartado anterior”.

Por otra parte, son escasas las ocasiones en las que se informa (a través de las locuciones telefónicas, publicidad o Internet) de la posibilidad que tienen los participantes en estos eventos de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

3.2 Calidad de los datos

Tal y como establece el artículo 4 de la LOPD, *“los datos de carácter personal sólo se podrán recoger para su tratamiento, así como someterlos a dicho tratamiento, cuando sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y las finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido”.* A este respecto, aun cuando parece justificada la recogida de datos identificativos en los procesos de selección, no resulta tan defendible que el interesado deba facilitar gran cantidad de estos datos (que a veces incluyen, aparte del nombre y apellidos, el número de D.N.I. o la profesión) cuando la finalidad inicial de una línea de votación es que la audiencia pueda manifestar una cierta preferencia. Así resulta llamativo que, aunque en estos casos se ofrezca como compensación la participación en un sorteo, sean diferentes los datos que se recaban a través de un número 906 de los que se obtienen vía SMS, para una misma línea de votación. En este sentido, parece obvio que si en esta última vía de participación basta un número telefónico de contacto (que coincide con el que corresponde al terminal desde el que se envía el mensaje) para localizar al ganador del sorteo, también sería suficiente este dato para localizarlo entre los participantes que han llamado al número 906. No se entiende así que sean precisos otros datos para la finalidad perseguida, aunque es evidente que su solicitud tiene como consecuencia una mayor duración de la llamada y así un mayor importe en la factura telefónica del participante y, consiguientemente, un mayor ingreso económico para la compañía de audiotex y para la compañía contratante del servicio.

Al respecto de la pertinencia en la recogida de los datos cabe mencionar nuevamente los casos, ya comentados, en los que esta actividad resulta generadora de ingresos a los contratantes del servicio audiotex, pero no está justificada desde la perspectiva de protección de datos personales, al obtenerse tales datos sin que vayan a ser en absoluto utilizados para la finalidad supuestamente prevista.

Por otra parte, el apartado 2 del mismo artículo de la LOPD prevé que *“los datos de carácter personal objeto de tratamiento no podrán usarse para finalidades incompatibles con aquellas para las que los datos hubieran sido recogidos”.* A este respecto, no se ha detectado ningún caso en el que los datos recabados a través de un 906 o de SMS se hubiesen utilizado para otra finalidad que la que ocasionó su recogida. No obstante, sí se ha observado que alguna cadena de televisión había previsto añadir a los ingresos económicos que supone el servicio de valor añadido los que podrían resultar de



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

la utilización comercial de los datos personales recabados. Así en los contratos firmados con la compañía de audiotex, relativos a los procesos de votación para medir el índice de popularidad de los concursantes de uno de los programas que más proyección pública han alcanzado, se prevé que *“los datos personales de los llamantes podrán ser utilizados para los fines comerciales que [la cadena de TV y la compañía de audiotex] estimen oportunos, siempre cumpliendo con la legislación vigente de protección de datos informatizados”*. A pesar de ello y de que en las correspondientes locuciones telefónicas ni siquiera se informaba a los participantes de la incorporación de sus datos a un fichero, no se ha obtenido constancia de que tales datos se hayan utilizado hasta la fecha con otros fines comerciales ni por la televisión ni por la compañía de audiotex.

En otro orden de cosas, el apartado 5 del artículo 4 de la LOPD establece que *“los datos de carácter personal serán cancelados cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad para la cual hubieran sido recabados o registrados”* y que *“no serán conservados en forma que permita la identificación del interesado durante un período superior al necesario para los fines en base a los cuales hubieran sido recabados o registrados”*. En este sentido, se ha verificado que generalmente, una vez que se han celebrado los sorteos, las compañías de audiotex borran de sus servidores los ficheros que contienen las grabaciones de voz con los datos de los participantes, concurriendo una motivación puramente práctica: el gran volumen de espacio en disco que suelen ocupar este tipo de ficheros. Se ha comprobado que en algunos casos se han establecido procedimientos para evitar la conservación de tales ficheros más de quince días desde la celebración del sorteo, pero en general puede decirse que no existen normas estrictas al respecto.

Por otra parte, en el caso de los mensajes SMS se ha constatado que no se han implantado aún procedimientos efectivos para el borrado periódico de los mismos, una vez concluidas las actividades que los originan. Así, la Inspección ha verificado que, por ejemplo, cierta compañía especializada en estos servicios conserva en sus servidores prácticamente la totalidad de los mensajes recibidos desde el comienzo de su actividad, lo que le aporta gran cantidad de información acerca del comportamiento de cada uno de los usuarios del servicio (identificados por su número de teléfono móvil), en relación con este tipo de eventos. No obstante, no se ha obtenido constancia de que esta información haya sido tratada hasta el momento con otros fines.

Respecto de las fichas manuales que elaboran las productoras durante los procesos de selección de concursantes, se ha observado que en ciertos casos son conservadas por estas compañías para ser utilizadas, en algunos casos, en sucesivos procesos de *“casting”*, al considerar que en determinados programas los interesados responden a una misma tipología, en lo relativo a sus aptitudes artísticas, aficiones y valores personales.



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

3.3 Datos especialmente protegidos

No se ha obtenido evidencia de que en los programas de televisión analizados en el presente plan se traten datos de los que el artículo 7 de la LOPD considera especialmente protegidos: ideología, afiliación sindical, religión, creencias, origen racial, salud y vida sexual.

No obstante, la Agencia tiene constancia por actuaciones previas de que en el “*casting*” de determinados concursos se recaba información acerca de la vida sexual de los aspirantes, al ser éste un condicionante de la forma en que se plantearán sus relaciones de convivencia durante el desarrollo del programa. Al respecto de esa información cabe distinguir entre las propias declaraciones de los aspirantes y las impresiones o percepciones de los entrevistadores durante el proceso de selección, que pueden, por ejemplo, referirse a la orientación sexual de los candidatos. En ambos casos, sin embargo, se requiere que el afectado lo consienta expresamente, de acuerdo con lo previsto en el artículo 7.3 de la LOPD. Así, debe tenerse en cuenta que tales datos no podrán ser recabados ni tratados durante el proceso de selección cuando no medie este consentimiento expreso del aspirante.

En este mismo tipo de concursos, por otra parte, participan en ocasiones profesionales especializados que obtienen perfiles de personalidad y valoraciones psicopatológicas de los aspirantes, a través de tests específicos, los cuales, en ciertos casos, podrían constituir evaluaciones acerca de la salud mental, por lo que deberían también atenderse las garantías legalmente previstas en el citado artículo 7.3, es decir, que se obtenga previamente el consentimiento expreso de los afectados.

3.4 Acceso a los datos por cuenta de terceros

Como ya se ha comentado, también en el negocio televisivo son numerosos los agentes implicados, aparte de las productoras y televisiones, que generalmente pueden ser consideradas los responsables de los correspondientes tratamientos y ficheros. Ello se justifica por la necesidad de que en ocasiones acceda a los mismos un tercero, para la prestación de un servicio al responsable, ya sea éste la atención de llamadas telefónicas, la recepción de mensajes de telefonía móvil, la transcripción informática de llamadas, la gestión de bases de datos, el alojamiento de páginas web o el mantenimiento del equipamiento informático. Pues bien, se ha comprobado que no siempre la realización de tratamientos por cuenta de terceros está regulada contractualmente en los términos previstos por el artículo 12 de la LOPD, lo que llevaría a considerar que tales accesos son en realidad comunicaciones de datos, siéndoles de aplicación el régimen establecido en el artículo 11.

En general, la productora de un formato televisivo y la cadena de televisión que lo emite están vinculadas contractualmente, aunque no se regula documentalmente el tratamiento que ambas realizan respecto de los datos personales de la audiencia. Tal como ya se ha



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

comentado, ambas compañías suscriben a su vez contratos bilaterales con las compañías de audiotex o de recepción de mensajes SMS, que actúan como *“encargado del tratamiento”*, respecto de ficheros cuya responsabilidad podría corresponder a la productora (en el caso de los procesos de selección de concursantes) o a la compañía de televisión (en los sorteos asociados a líneas de votación o similares). Estos contratos, sin embargo, cuando existen documentalmente, no siempre especifican quién es el responsable del fichero y en ocasiones sólo hacen una vaga referencia al carácter confidencial de la prestación del servicio, no detallando las condiciones en que debería realizarse ésta. En este sentido, no siempre se establece expresamente *“que el encargado del tratamiento únicamente tratará los datos conforme a las instrucciones del responsable del tratamiento, que no los aplicará o utilizará con fin distinto al que figure en dicho contrato, ni los comunicará, ni siquiera para su conservación, a otras personas”*, tal como prevé el apartado 2 del citado artículo 12. De la misma manera, tampoco siempre se estipulan contractualmente las medidas de seguridad que el encargado del tratamiento está obligado a implementar.

Esta ausencia de normas documentadas es comparablemente más frecuente en los servicios automáticos (906 o SMS) de recogida de datos que se prestan para la celebración de sorteos, aunque son éstos más numerosos que los que se prestan en los procesos de selección de concursantes. Es especialmente notable, así mismo, que tampoco en tales casos se estipule el destino de los datos una vez cumplida la prestación contractual, a pesar de lo que establece el apartado 3 del artículo 12 de la LOPD. Como ya se ha comentado, los datos recogidos a través de los 906 no se conservan generalmente durante un largo período después del sorteo, aunque no ocurre lo mismo con los que se obtienen a través de mensajes SMS.

Ya se ha mencionado que una práctica muy común en el sector de audiotex es la compartición del tráfico de llamadas en situaciones de congestión de la red telefónica. Esta situación tiene graves consecuencias pues ocasiona que, a veces, los interesados puedan creer que están facilitando sus datos a una compañía de televisión cuando en realidad los están recibiendo, a través de sus propios servidores, compañías que no están vinculadas contractualmente con ésta. Es más, según se ha podido comprobar, las compañías que reciben las llamadas desviadas y, por tanto, los datos personales de los participantes, ni siquiera han suscrito contrato con la compañía a la que se encarga el servicio de audiotex. El resultado es que no existen garantías para los interesados respecto del tratamiento que se dará a los datos facilitados telefónicamente.

3.5 Comunicación de datos

En este apartado cabe insistir nuevamente en los casos en que la finalidad inicial de los datos recogidos, la participación en un sorteo o en un concurso, se desvía para su tratamiento en actividades comerciales, de publicidad o marketing, las cuales son generalmente realizadas por otras compañías, lo que constituye una comunicación de



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

datos. Es preciso recordar lo que establece el artículo 11 de la LOPD: *“los datos de carácter personal objeto del tratamiento sólo podrán ser comunicados a un tercero para el cumplimiento de fines directamente relacionados con las funciones legítimas del cedente y del cesionario con el previo consentimiento del interesado”*.

De este precepto se desprende que tal comunicación sólo podría realizarse cuando el participante en el sorteo o concurso tenga conocimiento de la misma y la haya consentido previamente, lo que no ocurre en los casos analizados, pues, como ya se ha repetido en varias ocasiones, la información suministrada en la recogida, cuando se facilita, es más bien escasa.

A este respecto, se ha tenido conocimiento de que una cadena de TV comercializó en el pasado datos personales de concursantes, al ofrecérselos a una compañía que los recopilaba con fines de marketing directo para alquilarlos a las empresas interesadas, actividad esta que suele conocerse como *“listbroking”*. Así, en el contrato correspondiente la cadena de TV exponía que *“como consecuencia del normal ejercicio de las actividades que conforman su objeto social, ha devenido poseedora de un cúmulo de datos de personas y empresas que, por motivos varios, han tenido algún tipo de trato con la entidad”*. La compañía de marketing, por su parte, se reconocía *“consciente de las oportunidades comerciales que dicho banco de datos es susceptible de generar”* y se comprometía a actuar como agente para la explotación comercial del fichero. Según ha declarado la responsable del fichero, la única iniciativa que se llevó a cabo en materia de protección de datos, antes de alquilar el fichero, fue cruzarlo con la Lista Robinson de la Asociación Española de Marketing Directo, acción esta que no aseguraría el cumplimiento de la legislación vigente pues no garantiza el consentimiento de los interesados para la utilización comercial de sus datos. No obstante, el tiempo transcurrido hace que esta conducta, que podría ser constitutiva de infracción, haya superado ya los plazos de prescripción legalmente previstos.

Se da la circunstancia de que precisamente la Agencia ha iniciado hace unos meses un Procedimiento Sancionador a la citada compañía de marketing, como consecuencia de una denuncia presentada por un concursante de un programa emitido por la misma cadena de TV, al haberse obtenido evidencias de que la productora del programa le había vendido a aquélla las cartas recibidas con datos de personas interesadas en concursar en otro programa.

3.6 Movimiento internacional de datos

En general, se puede decir que en el sector de actividad analizado no son frecuentes las transferencias de datos de carácter personal a otros países, dado que tanto las productoras como las televisiones suelen ser sociedades establecidas en nuestro país.

Sin embargo, al igual que en otras actividades comerciales, siguen existiendo compañías que optan por encargar los servicios informáticos, especialmente el alojamiento de



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

páginas web cuando éste lleva asociada la recogida de datos personales en Internet, a otras entidades especializadas que en ocasiones se han establecido en países que no son miembros de la Unión Europea o respecto de los cuales la Comisión de las Comunidades Europeas, no haya declarado que garantizan un nivel de protección adecuado.

Es significativo que uno de los países más frecuentemente elegidos siga siendo precisamente Estados Unidos de América. A este respecto, la Comisión Europea ha adoptado una Decisión publicada en el Diario Oficial de 25 de agosto de 2000, considerando la existencia de un nivel de protección adecuado cuando las empresas destinatarias de los datos se adhieran a los principios del puerto seguro y a las correspondientes preguntas más frecuentes publicadas por el Departamento de Comercio norteamericano. En otro caso, la compañía está obligada a solicitar la correspondiente autorización del Director de la Agencia, conforme a lo dispuesto en el artículo 33 de la LOPD, a menos que concurra alguna de las excepciones previstas en el artículo 34. En este sentido, el responsable del fichero puede optar, por ejemplo, por acogerse a la excepción prevista en el apartado e) del citado artículo 34: *“que el afectado haya dado su consentimiento inequívoco a la transferencia prevista”*, para lo cual deberá informar adecuadamente en los formularios utilizados en la recogida de datos.

3.7 Ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, oposición y cancelación

Como continuación a lo ya expuesto en el apartado 3.1, es preciso señalar que la consecuencia inmediata de la falta de una información clara en la recogida de datos personales es precisamente que se puedan ver vulnerados los derechos de los ciudadanos, pues éstos no saben con exactitud cuál es la entidad que se hace responsable del fichero al que se incorporan sus datos, ni el domicilio al que pueden dirigirse para ejercer sus derechos de acceso, rectificación, oposición y cancelación. No obstante, durante el desarrollo de las presentes actuaciones se ha podido comprobar que gran parte de las entidades implicadas han modificado el contenido de las locuciones telefónicas para incorporar esta información.

3.8 Seguridad de los datos

De conformidad con lo que establece el Reglamento de Medidas de Seguridad, aprobado mediante Real Decreto 994/1999, de 11 de junio, se ha comprobado que, en general, las televisiones han elaborado e implantado su propia normativa de seguridad mediante un documento de obligado cumplimiento para el personal con acceso a los datos automatizados de carácter personal y al conjunto de los sistemas de información corporativos.

No puede decirse lo mismo, sin embargo, de las productoras y de las compañías que prestan servicios de audiotex o de recepción de mensajes SMS. En general se trata de compañías que se hallan en aún proceso de implantación de las medidas de seguridad,



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

por lo que los documentos de referencia, cuando existen, suelen tener carácter provisional. En este sentido, hay que recordar que, tanto si la compañía actúa como responsable del fichero como si lo hace en calidad de encargado del tratamiento, el artículo 9 de la LOPD establece que deberán adoptarse *“las medidas de índole técnica y organizativas necesarias que garanticen la seguridad de los datos de carácter personal y eviten su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado”*.

Por otra parte, se ha observado que es frecuente el intercambio a través de Internet de ficheros con datos personales entre las distintas compañías que participan en la realización de programas de televisión. Aunque puede decirse que la mayor parte de los ficheros analizados presentan una estructura de datos tal que, en aplicación del artículo 4 del Reglamento, cabría exigir la adopción de las medidas de seguridad calificadas como de nivel básico, es preciso incidir en los riesgos asociados al envío de tales datos a través de un medio que ofrece tan pocas garantías de seguridad como es Internet. A este respecto hay que mencionar la sanción impuesta por la Agencia en el año 2000 a la productora de un concurso, al no haber estipulado contractualmente las medidas que debían adoptar todas las entidades colaboradoras con objeto de evitar que los datos recabados durante el proceso de selección de participantes llegasen a hacerse públicos a través de la Red, como finalmente ocurrió. También hay que recordar que, tal y como establece el artículo 23 del Reglamento para los ficheros sobre los que son exigibles medidas de nivel alto, *“la distribución de los soportes que contengan datos de carácter personal se realizará cifrando dichos datos o bien utilizando cualquier otro mecanismo que garantice que dicha información no sea inteligible ni manipulada durante su transporte”*.

3.9 Notificación e inscripción registral de los ficheros

Se ha observado que durante el desarrollo de las presentes actuaciones han sido numerosas las compañías del sector que han notificado nuevos ficheros a la Agencia para su inscripción en el Registro General de Protección de Datos, siendo la mayor parte de ellas las que realizan las labores de producción, haciendo constar en algunos casos que el tratamiento de datos ha sido encargado a compañías especializadas en audiotex.

También es destacable que no son numerosos los ficheros inscritos en relación con la recepción de mensajes SMS, quizás porque no existe conciencia de que el almacenamiento de tales mensajes, junto con el número del remitente, constituye en sí mismo un tratamiento de datos personales, de acuerdo con la argumentación ya desarrollada en este documento.

4 RECOMENDACIONES

En conclusión y teniendo como referencia el resultado de las actuaciones de Inspección llevadas a cabo, el Director de la Agencia de Protección de Datos, en virtud de las potestades



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

que le otorga el art. 5, c) y d) del *Real Decreto 428/1993, de 26 de marzo, por el que se aprueba el Estatuto de la Agencia*, dicta las siguientes **recomendaciones, que deberán ser observadas por todas las compañías implicadas en la producción y realización de programas de televisión**, al objeto de adecuar éstas a los principios de la *Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter personal*, y a la normativa que la desarrolla.

PRIMERA: INFORMACIÓN EN LA RECOGIDA DE DATOS

1. De conformidad con lo establecido por el artículo 5 de la LOPD, los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco: a) de la existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, de la finalidad de la recogida de éstos y de los destinatarios de la información; b) del carácter obligatorio o facultativo de su respuesta a las preguntas que les sean planteadas; c) de las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa a suministrarlos; d) de la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición; e) de la identidad y dirección del responsable del tratamiento o, en su caso, de su representante.
2. Esta información deberá ser facilitada con carácter previo independientemente de la vía a través de la cual se recaben datos personales, ya sea a través de líneas telefónicas, mensajes SMS, correo postal, Internet o cualquier otra. Cuando el medio utilizado no permita el contacto simultáneo con el interesado en el momento en el que éste facilita sus datos, el responsable se asegurará de que se le suministra la citada información en el momento en que se da publicidad al procedimiento por el que se recibirán los datos.
3. La citada información se facilitará cualquiera que sea la tecnología utilizada para el almacenamiento de los datos, ya se trate de ficheros de audio o ficheros convencionales de texto en formato ASCII o cualquier otro.
4. Esta misma información se suministrará independientemente de la tipología de datos personales que se recaban, entendiéndose a estos efectos que, en el contexto que nos ocupa, el número de teléfono (fijo o móvil) es por sí mismo un dato personal de carácter identificativo y que, por tanto, la información asociada al mismo puede concernir a una persona física identificable.
5. De acuerdo con lo que establece el apartado 2 del artículo 5 de la LOPD, esa misma información debe figurar en forma claramente legible cuando se utilicen cuestionarios u otros impresos para la recogida, por lo que en tales casos no basta la comunicación verbal de tales advertencias.
6. En el caso de que los datos personales vayan a ser inicialmente incorporados a los ficheros de distintos responsables, se referirá a cada uno de ellos toda la información anteriormente especificada.



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

SEGUNDA: CONSENTIMIENTO DEL AFECTADO

De acuerdo con lo que dispone el apartado 1 del artículo 6 de la LOPD, el tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la Ley disponga otra cosa o sean de aplicación las excepciones previstas en el apartado 2 del mismo artículo. A este respecto, se entenderá que cuando el afectado facilita voluntariamente sus datos consiente en el tratamiento de los mismos en los términos y condiciones de los que ha sido convenientemente informado en el momento de la recogida.

TERCERA: USOS Y FINALIDADES

1. Tal y como dispone el apartado 1 del artículo 4 de la LOPD, los datos de carácter personal sólo se podrán recoger para su tratamiento, así como someterlos a dicho tratamiento, cuando sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y las finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido.
2. No se recabarán datos personales cuyo conocimiento por parte del responsable no esté justificado por la finalidad para la que se recaban y de la cual el usuario no haya sido previamente informado. En particular, no se recabarán datos personales a través de líneas 906 cuando éstos no vayan a ser utilizados para la finalidad comunicada y su recogida sólo éste motivada por cuestiones promocionales.
3. Los datos de carácter personal objeto de tratamiento no podrán usarse para finalidades incompatibles con aquella que ha justificado su recogida. A este respecto debe recordarse que la Sentencia 292/2000 del Tribunal Constitucional ha señalado que *“el derecho a consentir la recogida y tratamiento de los datos personales no implica en modo alguno consentir la cesión de tales datos a terceros [...] Y, por tanto, la cesión de los mismos a un tercero para proceder a un tratamiento con fines distintos de los que originaron su recogida, aun cuando puedan ser compatible con éstos supone una nueva posesión y uso que requiere el consentimiento del interesado”*. Así, para que tales datos puedan ser usados para una finalidad distinta, es imprescindible obtener previamente el consentimiento inequívoco del afectado.

CUARTA: CANCELACIÓN DE DATOS

1. Según prevé el apartado 5 del artículo 4 de la LOPD, los datos de carácter personal serán cancelados a propia iniciativa del responsable del fichero cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad para la cual hubieran sido recabados. Igualmente serán cancelados cuando así lo solicite el interesado.
2. Esta obligación se extiende a cualquiera de los ficheros o tratamientos especificados en la Recomendación Primera, siempre y cuando los datos de carácter personal no deban ser conservados durante los plazos previstos en las disposiciones aplicables o, en su caso, en las



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

relaciones contractuales entre la persona o entidad responsable del tratamiento y el interesado.

QUINTA: DATOS DE SALUD Y DE VIDA SEXUAL

De conformidad con lo establecido en el apartado 3 del artículo 7 de la LOPD, los datos de carácter personal que hagan referencia al origen racial, a la salud y a la vida sexual sólo podrán ser recabados, tratados y cedidos cuando, por razones de interés general, así lo disponga una Ley o el afectado consienta expresamente.

SEXTA: ACCESO A LOS DATOS POR CUENTA DE TERCEROS

1. De conformidad con lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 12 de la LOPD, la realización de tratamientos por cuenta de terceros deberá estar regulada en un contrato que deberá constar por escrito o en alguna otra forma que permita acreditar su celebración y contenido, estableciéndose expresamente que el encargado del tratamiento únicamente tratará los datos conforme a las instrucciones del responsable del tratamiento, que no los aplicará o utilizará con fin distinto al que figure en dicho contrato, ni los comunicará, ni siquiera para su conservación, a otras personas.
2. En el citado contrato se estipularán, asimismo, las medidas de seguridad a que se refiere el artículo 9 de la LOPD que el encargado del tratamiento está obligado a implementar.
3. Una vez cumplida la prestación contractual, los datos de carácter personal deberán ser destruidos o devueltos al responsable del tratamiento, al igual que cualquier soporte o documentos en que conste algún dato de carácter personal objeto del tratamiento.
4. Estas obligaciones se extenderán a todas aquellas entidades que, como encargados del tratamiento, participen en la realización de los programas de televisión. A este respecto, el prestador del servicio no podrá utilizar los datos para fin distinto del que conste en el contrato, ni subcontratar la gestión del servicio con terceros, salvo que lo haga en nombre y por cuenta del responsable.
5. En particular, la colaboración de distintas entidades en la atención de líneas telefónicas en situaciones de congestión de red deberá regularse en todo caso de acuerdo con lo expresado en los apartados anteriores.

SÉPTIMA: COMUNICACIÓN DE DATOS

1. Según dispone el apartado 1 del artículo 11 de la LOPD, los datos de carácter personal objeto del tratamiento sólo podrán ser comunicados a un tercero para el cumplimiento de fines directamente relacionados con las funciones legítimas del cedente y del cesionario con el previo consentimiento del interesado.



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

A este respecto se tendrán en cuenta, sin embargo, las excepciones previstas en el apartado 2 del citado artículo, y en particular, la referida a la situación en la que el tratamiento responda a la libre y legítima aceptación de una relación jurídica cuyo desarrollo, cumplimiento y control implique necesariamente la conexión de dicho tratamiento con ficheros de terceros. En este último caso la comunicación sólo será legítima en cuanto se limite a la finalidad que la justifique.

2. De acuerdo a lo que establece el apartado 3 del mismo artículo y en consonancia con lo expresado por el apartado 2 de la Recomendación Primera, será nulo el consentimiento para la comunicación de los datos de carácter personal a un tercero cuando la información que se facilite al interesado no le permita conocer la finalidad a que destinarán los datos cuya comunicación se autoriza o el tipo de actividad de aquél a quien se pretenden comunicar. En este sentido, cuando los datos personales recabados vayan a ser comunicados a otras compañías (incluso cuando éstas pertenezcan al mismo grupo empresarial) deberá informarse al usuario, de tal forma que éste pueda conocer explícitamente las finalidades determinadas a las que se destinarán los datos.

OCTAVA: MOVIMIENTO INTERNACIONAL DE DATOS

1. De conformidad con lo establecido por el artículo 33 de la LOPD, no podrán realizarse transferencias temporales ni definitivas de datos de carácter personal que hayan sido objeto de tratamiento o hayan sido recogidos para someterlos a dicho tratamiento con destino a países que no proporcionen un nivel de protección equiparable al que presta la Ley Orgánica, salvo que, además de haberse observado lo dispuesto en ésta, se obtenga autorización previa del Director de la Agencia de Protección de Datos. A este respecto, se tendrán en cuenta las excepciones previstas en el artículo 34 de la LOPD.

En particular, cuando sea de aplicación la legislación española sobre protección de datos, conforme al artículo 2.1 de la LOPD, y además el fichero que contiene datos personales (recabados a través de Internet o por cualquier otra vía) se halle ubicado en el territorio de un Estado no miembro de la Unión Europea o respecto del que no se haya declarado por la Comisión de las Comunidades Europeas la existencia de un nivel adecuado de protección o que no pertenezca al Espacio Económico Europeo, será precisa la autorización previa del Director de la Agencia de Protección de Datos, a menos que la transferencia internacional se fundamente en alguno de las excepciones comprendidas en los apartados a) a j) del artículo 34 de la LOPD antes citados. En todo caso, la transferencia internacional se deberá notificar a la Agencia de Protección de Datos para su inscripción en el Registro General de Protección de Datos.

2. De acuerdo con lo que establece el artículo 5 de la LOPD, cualquier responsable de un fichero o tratamiento que se proponga transferir datos de carácter personal fuera del territorio español deberá haber informado a los afectados de quiénes serán destinatarios de los datos, así como de la finalidad que justifica la transferencia internacional y el uso de los datos que podrá hacer el destinatario.



AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS

CALLE SAGASTA, 22 - 28004 MADRID
TELÉFONO 91 3996200

3. El deber de información a que se refiere el apartado anterior no será de aplicación cuando la transferencia internacional tenga por objeto la prestación de un servicio al responsable del fichero, por parte de un tercero al que se le haya encargado el mismo en los términos establecidos por el artículo 12 de la LOPD.
4. Con independencia de lo anterior, en el caso de que la transferencia se legitime mediante la obtención del consentimiento inequívoco del afectado, el responsable del fichero se asegurará de que éste ha sido previamente informado de los extremos citados en el apartado 2.

NOVENA: SEGURIDAD DE LOS DATOS

1. De acuerdo con lo establecido por el artículo 9 de la LOPD, el responsable del fichero y, en su caso, el encargado del tratamiento deberán adoptar las medidas de índole técnica y organizativas necesarias que garanticen la seguridad de los datos de carácter personal y eviten su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, habida cuenta del estado de la tecnología, la naturaleza de los datos almacenados y los riesgos a que están expuestos, ya provengan de la acción humana o del medio físico o natural.
2. No se registrarán datos de carácter personal en ficheros que no reúnan las condiciones determinadas en el Reglamento de Medidas de Seguridad, aprobado mediante el Real Decreto 994/1999, de 11 de junio, las cuales se clasifican de acuerdo a los niveles de seguridad establecidos en su artículo 4.
3. Se considera una buena práctica la adopción de medidas que eviten que la información circule por Internet de forma inteligible y, por tanto, susceptible de ser conocida o manipulada por terceros.

Madrid, 18 de octubre de 2002
EL DIRECTOR DE LA AGENCIA
DE PROTECCIÓN DE DATOS,

Fdo.: Juan Manuel Fernández López