



Seminario Privacidad y Comunicaciones
electrónicas no deseadas

23 de noviembre de 2017

Montevideo

Comunicaciones electrónicas no deseadas

Pablo A. Palazzi ppalazzi@udesa.edu.ar

Profesor Derecho UDESA

Director del CETYS

Ley 25.326 (2.000)

- No menciona expresamente las comunicaciones electrónicas no solicitadas
- Se basa en la ley española de 1992 y Directiva EU de 1995.
- En la ley no hay referencia a Internet, spam ni contiene un registro no llame.
- Norma especial sobre marketing (art. 27).

Marketing en la LPDP

- Art. 27.1. En la recopilación de domicilios, reparto de documentos, publicidad o venta directa y otras actividades análogas, se podrán tratar datos que sean aptos para establecer perfiles determinados con fines promocionales, comerciales o publicitarios; o permitan establecer hábitos de consumo, cuando éstos figuren en documentos accesibles al público o hayan sido facilitados por los propios titulares u obtenidos con su consentimiento.

Derecho de opt out

- Art. 27. 2. En los supuestos contemplados en el presente artículo, el titular de los datos podrá ejercer el derecho de acceso sin cargo alguno.
- Art. 27.3. El titular podrá en cualquier momento solicitar el **retiro o bloqueo** de su nombre de los bancos de datos a los que se refiere el presente artículo.

Decreto reglamentario

Art. 27.3. decreto 1558/2001.- En toda comunicación con fines de publicidad que se realice por correo, teléfono, correo electrónico, **Internet u otro medio a distancia a conocer**, se deberá indicar, en forma expresa y destacada, la posibilidad del titular del dato de solicitar el retiro o bloqueo, total o parcial, de su nombre de la base de datos. A pedido del interesado, se deberá informar el nombre del responsable o usuario del banco de datos que proveyó la información.



Jurisprudencia SPAM

- Caso Tanus y otro c/Cosa s/habeas data
- Acción de habeas data
- Competencia federal
- Defensa de demandados: datos de acceso público
- Pruebas – testigos – prueba del envío
- Sentencia cese de uso de datos de los actores

Sentencia caso SPAM

- "A diferencia de la publicidad no requerida que se recibe por correo postal, llamadas telefónicas o fax, en el caso del spam, es el receptor quien asume parte del costo económico de esa actividad, ya que además del tiempo que se utiliza para bajar el mensaje, implica un gasto por la conexión a cargo del usuario, quien debe pagar el tiempo de tarifa telefónica y de servicio de Internet que conlleva ese proceso. A ello, se añade el desgaste que se produce en el disco rígido de la computadora por la fragmentación (los espacios que quedan en el sistema) que se origina al borrar esos mensajes".

udesa.edu.ar

Maestría y Especialización en Derecho Empresario

Para la Justicia, es ilegal enviar correos *spam*

Primer fallo contra los mails con publicidad no deseada

MIÉRCOLES 26 DE ABRIL DE 2006



La Justicia determinó que el envío de spam, el correo electrónico (e-mail) transmitido en forma masiva y, por lo general, con fines publicitarios, es ilegal, y ordenó a una empresa dedicada a comercializar bases de datos a eliminar de sus listados toda información sobre dos abogados que, desde 2003, vienen solicitando sin éxito ser removidos de esas nóminas.

Se trata del primer fallo de estas características desde que entró en vigor la ley de hábeas data y se refiere a un asunto sensible para los millones de usuarios del correo electrónico que a diario reciben decenas de spam. De hecho, este tipo de mail representa el 80 por ciento del total que circula en todo el mundo.

Hace tres años, los abogados Pablo Palazzi y Gustavo Tanús interpusieron una acción de hábeas data contra la firma PubliCC Soluciones ante el Juzgado Nacional en lo Civil y Comercial N° 3, a cargo del juez Roberto Torti.

La acción es un tipo de amparo mediante el cual una persona puede exigir tomar conocimiento de los datos que obran en un registro o banco y de ser informada sobre la finalidad con la que fueron incluidos. También habilita para solicitar la supresión

Página 12
 Domingo, 14 de diciembre de 2013 | Hoy

EDICIONES ANTERIORES | BUSQUEDA AVANZADA

ULTIMAS NOTICIAS | EDICION IMPRESA | SUPLEMENTOS | TAPAS | ROSARIO/2 | FERRO

INDICE | EL PAIS | COCINA | EL MUNDO | ESPECTACULOS | DEPORTES | PSICOLOGIA | PLANTAS | DISCOS | VIDEO | PLACER | UNIVERSIDAD | CONTINUA

CHEVROLET F16

El ataque de la basura argentina

El correo basura o spam amenaza con acabar con el e-mail. Argentina es uno de los protagonistas del problema. Está entre los principales productores de spam del mundo. En España calculan que casi la mitad de la correspondencia basura que reciben llega de Argentina y la organización internacional Spamhaus ubica al país en el quinto lugar en el mundo. Por eso, hay servidores que ya rechazan los mails argentinos.

Por Andrea Ferrel

Todo el mundo los conoce. Son esos inimitables mensajes publicitarios que aparecen día a día entre el correo electrónico, eso que una nunca solicitó pero debe detenerse a borrar. El correo basura o spam se convirtió en un problema internacional que amenaza las comunicaciones y la Argentina está en el corazón de este problema: es uno de los primeros productores mundiales de correo basura. En España, donde intensamente se aplican duras leyes contra estas prácticas, calculan que casi la mitad del spam que sufre sus casillas de correo proviene de Argentina y la organización internacional Spamhaus ubica al país en el quinto lugar en el mundo entre los creadores de la correspondencia basura. Un poco honorable record empírico si se comparan las estadísticas de otros países: en el exterior, algunas naciones ya rechazan mails porque provienen de Argentina.

En España calculan que el spam argentino representa prácticamente la mitad de la basura electrónica que soportan cotidianamente. "Es así -dice a Página 12 Víctor Domingo, director de la Asociación de Internautas de España-: hemos una media entre varias decenas de usuarios y efectivamente desde Argentina nos llega el 45 por ciento de los mensajes comerciales no solicitados".

Pero no sólo llegan a España. Spamhaus, un organismo basado en Londres que se convirtió en referencia internacional en materia de spam, confecciona listas negras tanto de las empresas que les prestan el servicio como de los países donde se ubican el correo basura. Allí, Argentina aparece en quinto lugar en el mundo después de Estados Unidos, China, Corea del Sur y Brasil y por delante de países con un parque informático muchísimo mayor.

Maximiliano Kikus es un antiguo militar argentino anti-spam que actúa como investigador en el Spamhaus Project. "Tiene mucho tiempo que los

EDICION POR
 EL MEJOR UNO DE LOS PRINCIPALES PRODUCTORES EN EL MUNDO DEL CORREO SPAM
 El ataque de la basura argentina
 Por Andrea Ferrel
 ¿UNA PAUSA SEGURO PARA UN VILUJO DE ANIMA BARBA
 UN PRESIDENTE EN YACHT EN ANZO
 POR LA SECCION DE BELLEZA
 "Nacional" y "pasado"
 Reportaje de Bino en la Terminal de Ombías

ESCRIBEN HOY
 Alfredo Díaz, Andrea Ferrel, Claudio Utrera, Claudio Zorno, Chelo Carreras, Cristian Valle, Eduardo Fabbro, Eduardo Tagliavini, Emanuel Rezzutti, Gustavo Vega, Horacio Venturi, Irma Haeber, José Kabanoff, Juan Gómez, Julián Hader, Julea Veronelli, Laura Vales, Luciano Montepupo, Manuel Fernández López, Mariana Cruz, Mario Marfisi, María Consuelo, Martín Pizar, Martín Pérez, Rodrigo Pizar, Santiago Rial, Ugoana, Sergio Karmas, Sergio Moreno, Susana Díaz, Susana Vau.

empresario

Disposición regl. DNPDP 4/2009

- **Art. 1.** En las comunicaciones con fines de publicidad directa, el banco de datos emisor debe incorporar un aviso que informe al titular del dato sobre los derechos de retiro o bloqueo total o parcial, de su nombre de la base de datos, el mecanismo que se ha previsto para su ejercicio, con más la transcripción del artículo 27, inciso 3, de la Ley N° 25.326 y el párrafo tercero del artículo 27 del Anexo I del Decreto N° 1558/01.
- **Art. 2.** Cuando se efectúan envíos de comunicaciones de publicidad directa no requeridas o consentidas previamente por el titular del dato personal, deberá advertirse en forma destacada que se trata de una publicidad. En caso de realizarse dicha comunicación a través de un correo electrónico deberá insertarse en su encabezado el término único "publicidad".
- **Art. 3.** En las comunicaciones a que aluden los artículos precedentes, el banco de datos emisor deberá verificar que los mecanismos previstos para el ejercicio del derecho de retiro o bloqueo cuentan con suficiente capacidad operativa para responder al eventual ejercicio de tal derecho por parte de los titulares de los datos.

Ley 26.951 (2014) y decr. 2501 (2014)

- **Art. 3.-** El Registro Nacional “No Llame” tiene por objeto proteger a los titulares o usuarios autorizados de los servicios de telefonía, en cualquiera de sus modalidades, de los abusos del procedimiento de contacto, publicidad, oferta, venta y regalo de bienes o servicios no solicitados a través de los mismos.
- **Art. 4.-** A los efectos de la presente ley se entenderá por servicios de telefonía en cualquiera de sus modalidades los servicios de telefonía básica, telefonía móvil, servicios de radiocomunicaciones móvil celular, de comunicaciones móviles y de voz IP, así como cualquier otro tipo de servicio similar que la tecnología permita brindar en el futuro.

Registro no llame (RNNL)

- **Art. 5.** Podrá inscribirse en el RNNL toda persona física o jurídica titular o usuario autorizado del servicio de telefonía en cualquiera de sus modalidades que manifieste su voluntad de no ser contactada por quien publicitare, ofertare, vendiere o regalare bienes o servicios...
- **Art. 7.** Quienes publiciten, oferten, vendan o regalen bienes o servicios utilizando como medio de contacto los servicios de telefonía en cualquiera de sus modalidades son considerados usuarios y/o responsables de archivos, registros y bancos de datos de acuerdo a lo dispuesto en la ley 25.326.
- Los mismos **no podrán dirigirse a ninguno de los inscriptos** en el Registro Nacional “No Llame” y deberán consultar las inscripciones y bajas producidas en el citado registro con una periodicidad de treinta (30) días corridos a partir de su implementación, en la forma que disponga la autoridad de aplicación.

Excepciones (ley)

- **Art. 8.** Quedan exceptuadas de la presente ley:
 - a) Las campañas de bien público, tal como lo dispone la ley 25.326;
 - b) Las llamadas de emergencia para garantizar la salud y seguridad de la población;
 - c) Las campañas electorales establecidas por ley 19.945;
 - d) Las llamadas de quienes tienen una relación contractual vigente, siempre que se refieran al objeto estricto del vínculo y sean realizadas en forma y horario razonables y de acuerdo a la reglamentación;
 - e) Las llamadas de quienes hayan sido expresamente permitidos por el titular o usuario autorizado de los servicios de telefonía en cualquiera de sus modalidades, inscriptos en el Registro Nacional "No Llame".

Excepciones (decr. Regl.)

- **Art. 8.** La excepción establecida en **el inciso a)** no será aplicable cuando bajo la forma o modalidad de una campaña de bien público, indirectamente, se publiciten, oferten, vendan o regalen bienes y servicios no solicitados.
Respecto a lo previsto en el **inciso d)**, se entenderá que las llamadas son realizadas en **forma y horarios razonables** si éstas se efectúan en días hábiles y de lunes a viernes de 9:00 a 21:00 horas o sábados de 9:00 a 13:00 horas, salvo que los usos y costumbres justifiquen una modificación de los horarios dispuestos, lo que deberá ser sometido a consideración de la Autoridad de Aplicación.
En cuanto a lo previsto en el **inciso e)** respecto de las llamadas **expresamente permitidas** por el titular o usuario de servicios de telefonía que se hubiere inscripto en el RNNL, se entenderá que deberá recabarse del titular el **consentimiento libre, expreso e informado**, el que tendrá que constar por escrito o por otro medio que se le equipare. En el caso en que mediere un contrato entre las partes, **dicho consentimiento deberá otorgarse mediante instrumento separado.**

Denuncias

Sanciones

- ARTÍCULO 11.- Incumplimientos. En caso de presuntas infracciones a las disposiciones de la Ley N° 26.951 y de la presente Reglamentación, con excepción de lo relativo a los requisitos necesarios para formular la denuncia, el procedimiento continuará aplicándose según lo previsto para las denuncias por incumplimiento del Capítulo VI, artículo 31, apartado 3 de la Reglamentación de la Ley N° 25.326 y su modificatoria, aprobada por el Decreto N° 1558 del 29 de noviembre de 2001.
- Sin perjuicio de ello, en el procedimiento probatorio de las actuaciones llevadas a cabo por la Autoridad de Aplicación, los sujetos obligados por el artículo 7° de la Ley N° 26.951 deberán brindar el registro de sus llamadas salientes provisto por la empresa prestadora del servicio de telecomunicaciones de la que fueran usuarios. La Autoridad de Aplicación, a los fines probatorios, tendrá en cuenta los elementos de hecho e indicios de carácter objetivos aportados por el denunciante que sustenten la situación fáctica debatida, quedando a cargo del denunciado acreditar que ha dado cumplimiento con las obligaciones establecidas, en la Ley N° 26.951 y en la presente Reglamentación.



MISIÓN

La **Universidad de San Andrés** es una comunidad académica empeñada en la búsqueda de la verdad y en contribuir al **progreso de la Argentina y al bienestar de sus habitantes**.

udesa.edu.ar

Maestría y Especialización en Derecho Empresario