



El spam es lo que conocemos como correo electrónico no deseado.

UNA inspección de la Agencia Española de Protección de Datos sobre las prácticas de los principales operadores de telefonía, fija y móvil, y de entidades que ofrecen servicios de suscripción, revela cuán indefensos estamos ante la recepción de llamadas y sms con fines publicitarios. Actualmente no hay medios eficaces para oponerse a este tipo de contactos vía móvil.

¿CÓMO EVITAR EL 'SPAM' TELEFÓNICO?

L.M.
El spam es lo que conocemos como correo electrónico no deseado. En los últimos tiempos esta práctica se ha extendido a las comunicaciones telefónicas con fines comerciales no solicitadas por los abonados. ¿Quién no ha recibido alguna vez –o muchas– una llamada ofreciéndole un seguro mejor, un ADSL más rápido o la factura del teléfono más barata? ¿O un sms asegurando que tiene un bono de diez no-

ches de hotel gratis y que sólo tiene que enviar la palabra "hotel" a un número de cuatro cifras para recibirlo? Según el barómetro de febrero de 2008 del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el 68,2 por ciento de los encuestados había recibido una u otro, procedentes de entidades a las que no tenían constancia de haber dado sus datos.

Deficiencias. La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) analizó recientemente la activi-

dad de los operadores de telefonía fija y móvil más importantes, así como de las entidades que ofrecen servicios de tarificación adicional (también llamados Premium) basados en la recepción de sms o servicios de suscripción, y detectó deficiencias en los mecanismos para prevenir y oponerse a la recepción de comunicaciones comerciales.

En lo que respecta a la telefonía fija, la inspección de la AEPD reflejó que el 53 por ciento de las compañías analizadas re-

curre a las guías telefónicas para conseguir los datos de las personas a la que posteriormente va a dirigir sus campañas de publicidad. Ante la recepción de llamadas con fines comerciales el titular de la línea puede oponerse solicitando al operador que le presta el servicio que sus datos no consten en las guías telefónicas, o que consten, pero no a efectos comerciales.

Pero, según los datos obtenidos en la inspección, ni siquiera el 1 por ciento de los abonados

ejerce este mecanismo, de lo que se desprende, en palabras del director de la AEPD, Artemi Rallo, que "o los abonados no son demasiado reticentes a este tipo de actividades o no son muy conscientes de este derecho".

Cuando las llamadas sean efectuadas por una compañía con la que exista relación contractual, debería bastar con poner en su conocimiento que nos oponemos al tratamiento de nuestros datos con fines comerciales. También es posible que nos llamen porque les hayamos dado permiso (cuando aceptamos la correspondiente cláusula contractual), aunque dicho consentimiento puede ser revocado en cualquier momento.

Asimismo, cabe la recepción de otro tipo de llamadas: las automáticas sin intervención humana. Este sistema automatizado se encuentra restringido únicamente a los operadores que tienen el consentimiento expreso del destinatario (por ejemplo: llamadas para evaluar la satisfacción de los clientes).

Listas Robinson. Otra opción al alcance del ciudadano, contemplada en el Reglamento que desarrolla la Ley Orgánica de Protección de Datos (que entró en vigor el pasado 19 de abril), son los llamados ficheros de exclusión o *Listas Robinson*, que prevén la posibilidad de que los responsables a los que el afectado haya manifestado su negativa a recibir publicidad pue-

Servicios Premium

El crecimiento de la telefonía móvil ha propiciado la aparición de un mercado de servicios, generalmente asociados a la recepción de información y entretenimiento (juegos, chat, polítonos, vídeos), prestados mediante el envío de sms a números de tarificación adicional, también conocidos como mensajes Premium. Hay mensajes Premium de suscripción (o ALTA) y sencillos (sin suscripción). Un conocido ejemplo de mensaje sin suscripción es aquel que comienza con la recepción de un sms en el que una persona que supuestamente nos conoce se quiere poner en contacto con nosotros y –si queremos ver su foto– tenemos que enviar la palabra foto al XXXX. El servicio finaliza al responder, pagar y obtener el contenido.

Hay otros ejemplos. Textos como: "Tienes un mensaje; si quieres escucharlo envía buzón al XXXX", pueden resultar engañosos, al poderse creer que se trata de un mensaje de su operadora. Estos mensajes, que suelen ser remitidos con número oculto, son conocidos como *hit and run* (golpea –o cobra– y corre), lo que dificulta su persecución.

Los servicios Premium de suscripción tienen sus riesgos. ¿Sabía que le pueden cobrar por los mensajes que recibe, en lugar de por los que envía, cuando se da de alta en estos servicios? Pues sí. Y esa situación se mantendrá hasta que usted solicite la baja de dicho servicio. En el entorno de los mensajes de tarificación adicional se subraya que las cláusulas informativas ni son suficientes ni claras, debido a que utilizan palabras incompletas o abreviadas, y la lectura de los carteles de los anuncios de televisión, a la velocidad que van, está al alcance de muy pocos. Asimismo, se han dado quejas por altas inconsentidas, sin informar a los usuarios de la suscripción a un servicio de tarificación adicional, ni del coste de los mensajes, ni del procedimiento de baja, ni de qué tratamiento hacen con los datos, entre otras cuestiones.

El 62,8 por ciento de los ciudadanos ha recibido llamadas o SMS no deseados

dan conservar los mínimos datos imprescindibles para identificarlo y adoptar las medidas necesarias que eviten el envío de dicha publicidad.

La Federación Española de Comercio Electrónico y Marketing Directo (FECEDM) es responsable de uno de estos ficheros, que tiene inscritas a más de 45.000 perso-

nas. Sin embargo, hay que aclarar que hoy por hoy el Servicio de Listas Robinson tiene como objetivo reducir las comunicaciones comerciales con fines publicitarios únicamente por correo postal, es decir, que en el fichero no figura el número de teléfono fijo ni móvil de ninguna persona a efectos de exclusión.

No obstante, la FECEDM estudia la posibilidad de ampliar el fichero para poder inscribir también tales números.

En el campo de la telefonía móvil se ha convertido en práctica habitual seleccionar a los destinatarios en función de rangos de numeración de los operadores de la competencia, y contactar con ellos para mejorar las ofertas que tienen contratadas. Este procedimiento se basa en la elaboración secuencial de listados de números móviles por parte de las compañías, que luego distribuyen entre sus teleoperadores. Esta es una de las deficiencias a las que hace mención la AEPD, por el vacío legal que existe a la hora de perseguir y sancionar estas prácticas cuando se vulneran los derechos de los abonados. Según la doctrina de la Audiencia Nacional, cuando se utilizan números de teléfono no asociados a una persona concreta, no se pueden considerar datos personales, y por tanto, esta práctica escapa al régimen de garantías de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD). Por su parte, la Ley General de Telecomunicaciones (LGT), que rige para todo tipo de llamadas, no contempla como una infracción este tipo de llamadas, por lo que no pueden ser sancionadas por la AEPD. Por ello, Rallo ha instado la reforma de la ley para que se incluya y sancione esta conducta.

Otra laguna: los usuarios de telefonía móvil no



Muchas compañías recurren a las guías telefónicas para conseguir los datos de las personas a las que posteriormente va a dirigir sus campañas de publicidad.

Recomendaciones ante SMS no deseados

CONVIENE tener presente una serie de recomendaciones ante la proliferación de los “mensajes basura”, como: no hay que responder a mensajes de procedencia desconocida; hay que desconfiar de *sms* con contenidos sospechosos (gangas) o que contengan errores gramaticales u ortográficos. Se recomienda también guardar evidencias de los mensajes no solicitados recibidos en el móvil, de cara a posibles reclamaciones.

disponen de mecanismos a priori para manifestar públicamente su deseo de no ser objeto de prácticas publicitarias, sino que únicamente pueden oponerse cuando ya se ha recibido la llamada. Al no existir *Listas Robinson* que permitan esta modalidad de exclusión promocional, no puede evitarse el contacto.

Envíos masivos. Es significativo que la mayoría de las reclamaciones que recibe la AEPD tienen relación con la recepción de mensajes de publicidad de entidades con las que no existía ninguna relación contractual. Precisamente por esa falta de consentimiento de los abonados, la mayor parte de los envíos masivos de comunicaciones comerciales realizadas por terceras entidades se consideran ilícitos. En ocasiones estos envíos masivos de mensajes proceden de entidades agregadoras del tráfico, que poseen capacidad pa-

ra enviar grandes cantidades de mensajes. Suelen estar ubicadas fuera del territorio de la UE, lo que complica su investigación y sanción.

Frente a estas prácticas, las operadoras de telefonía auditadas aplican controles para impedir, en la medida de lo posible, el envío masivo de mensajes cortos publicitarios no solicitados. Para ello, establecen parámetros para detectar, por ejemplo, mensajes masivos con la misma longitud de caracteres, volumen de envío de un usuario superior a las pautas habituales de consumo, etc.

Al margen de las deficiencias detectadas en los sistemas de garantía para evitar publicidad telefónica, y en tanto no se creen nuevos ficheros de exclusión que permitan hacer constar nuestra negativa a recibir publicidad a través de la telefonía fija o móvil, la mejor herramienta es la información. ■

RAÚL HERAS

El ‘lado oscuro’ del teléfono móvil



SE ha convertido en el instrumento más eficaz para nuestro trabajo, nuestro ocio, nuestras relaciones profesionales y sociales, hasta para nuestra vida familiar. El teléfono móvil se levanta con nosotros cada mañana, bien cargada su batería, y se acuesta muy cerca de nosotros cada noche para despertarnos con cualquier excusa. El móvil está omnipresente y hasta podríamos pensar –a la vista de la cantidad de “cosas” que es capaz de hacer– que es, también, omnisciente.

El móvil ya no sirve para hablar. Es la menos importante de las funciones que ofrece cualquier terminal de nueva generación de cualquiera de las grandes marcas, desde Nokia, Samsung o Sony Ericsson, pasando por el aplastante Iphone. Con el móvil viajamos por Internet, nos conectamos con el banco, miramos nuestros correos, ponemos en funcionamiento los electrodomésticos de nuestra casa, localizamos el teatro, cine o restaurante al que queremos ir. Nos informa de lo lejos o lo cerca que es-

“

El móvil es el dios laico y tecnológico de este tercer

Milenio que acaba de comenzar”

”

tamos de nuestro destino y hasta nos “chiva” dónde están instalados los radares de tráfico para evitar que nos pasemos de velocidad y perdamos unos cuantos puntos.

Con él en el bolsillo jugamos a más de cien juegos de todo tipo y para todas las edades, hacemos fotos de alta resolución, guardamos un archivo impresionante de imágenes y música y podemos ver con quién hablamos al otro lado del mundo. Y el futuro inmediato es más, mucho más de todo lo enumerado antes. El móvil no tiene fronteras, al contrario, podemos asegurar que hoy por hoy es la primera y la última frontera de la información y el conocimiento. Si

McLuhan aseguró que el medio era el mensaje, podemos decir que ese medio y ese mensaje se unen, se funden y confunden con el móvil. Es nuestro ordenador de bolsillo, nuestra mejor y más completa agenda, el mejor y más personal de los archivos... Es el dios laico y tecnológico de este tercer Milenio que acaba de comenzar.

Si un día salimos de casa sin él, si nos lo olvidamos en el trabajo, si se nos descarga la batería... parece que nos quedamos mancos y cojos. Se ha convertido en nuestro apéndice más útil, en nuestros ojos, en nuestra voz. Sin él parece que no somos nada. De esclavo a nuestro servicio ha pasado a convertirse en un exigente dictador que nos somete a su dictado, que parece decirnos a cada momento: “sin mí no puedes vivir, me necesitas y si yo falto, notas mi ausencia como se nota la de la amante más solícita y, al mismo tiempo, más peligrosa”.

Esa es la otra cara de nuestro amigo, su lado oscuro, su personalidad más temible: a través de él nos controlan, a través de él saben dónde estamos y con quién, a través de él se nos esucha, se nos espía, se nos vigila hasta límites que desconocemos y que sólo, tras hablar con algún miembro de los servicios secretos, comenzamos a sospechar. El mejor film de suspense se queda muy corto. Y, por qué no decirlo, junto a la sospecha surge el temor. Hasta tal grado que ya en muchas reuniones importantes, en las que están en juego decisiones trascendentales para las personas, las empresas, las instituciones y has-

ta los mismísimos estados, no sólo se apagan los terminales, se les quita la batería para que dejen de emitir la señal.

Puede que suene fuerte pero es así de cierto y de temible: desde la distancia y aunque el móvil permanezca apagado no sólo se le localiza, también se le puede activar como micrófono

en determinadas condiciones. A partir de ahí la herramienta de trabajo se convierte en un “Gran Hermano” dispuesto a traicionar nuestra intimidad, escapándose a nuestro control y sin que sepamos muy bien quién puede utilizarlo. Cada avance tecnológico nos cobra un peaje por su servicio y el móvil, que ofrece mucho, también nos cobra mucho. Nos permite controlar y que nos controlen, nos permite hablar y que nos escuchen, nos permite saber y que sepan de nosotros. De nuevo amo y esclavo compartiendo los papeles estelares de la obra.

Raúl Heras es periodista.

“¿Quién no ha recibido alguna vez una llamada ofreciéndole un seguro mejor, un ADSL más rápido o la factura del teléfono más barata?”