

Opinión

Jueves 01 septiembre de 2022 | 13:20

¿Qué hacer ante llamados molestos?



Daniel Montalva

Decano Facultad de Derecho Universidad de Las Américas

COLUMNA DE OPINIÓN

Nuestra sección de OPINIÓN es un espacio abierto, por lo que el contenido vertido en esta columna es de exclusiva responsabilidad de su autor, y no refleja necesariamente la línea editorial de BioBioChile



Son cosas ya del día a día recibir mensajes de texto, correos y llamados de teléfono ofreciendo servicios no solicitados. Esta constante invasión a la privacidad suele terminar por desesperarnos. Lamentablemente nuestra ley de protección de la privacidad data del siglo pasado, previo a la penetración de la internet y las nuevas tecnologías, por lo que poco dice a este respecto.

Esta es una de las tantas razones por la que es tan urgente una nueva Ley de Protección de Datos Personales. Un proyecto presentado en 2017 es el que más ha avanzado en la materia, pero aún le queda una larga tramitación, ya que recién está comenzando su segundo trámite constitucional y el Ejecutivo en junio presentó indicaciones, que entre otros elementos impide la libre cesión de los datos personales entre empresas, la posibilidad de solicitar el no tratamiento de datos y la eliminación de bases de datos y, lo más relevante, la creación de una institucionalidad de protección de datos personales que a la fecha no existe en nuestro país.

En cuanto a la regulación específica de comunicaciones promocionales o comerciales a nivel internacional existen dos vías de evitar contactos no deseados, el sistema opt-in que se traduce en que solo recibirán publicidad aquellos que hayan aceptado previamente que se les envíe, y el sistema opt-out, que da la posibilidad de la persona de restarce de una cadena de comunicaciones indeseadas luego de haberlas recibido, como es el caso de los correos electrónicos publicitarios que al final agregan frases como “dejar de recibir estos correos” o “desuscribirse de la lista de difusión” o en el caso de los mensajes de texto la frase “No+SMS”.

Pues bien, en nuestro país la norma que regula la materia se encuentra en la Ley del Consumidor que sigue el modelo opt-out, el que obliga a todos los proveedores a que en toda comunicación informen el modo de dejar de recibir información no deseada. Esto en la práctica funciona adecuadamente en el caso de mensajes de texto y correos electrónicos, puesto que se trata de suspensiones automáticas de contacto, no así en el caso de llamados telefónicos, en que se suele seguir contactando a la persona a pesar de haber solicitado no ser contactados.

Por este último motivo es que el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) creó la lista No Molestar, que sigue el modelo internacional comúnmente denominado Lista Robinson y que tiene por objeto que todas aquellas personas que se inscriban en ella y señalen por qué medios no quieren ser contactados por las empresas, se entenderán prohibidas de realizarlo, pudiendo elegirse uno o varios medios por los cuales se desea no ser contactado y señalar la empresa específica a la que aplica esta prohibición.

En definitiva, este es uno de los tantos ejemplos por lo que es urgente avanzar en una nueva Ley de Protección de Datos Personales, para evitar el libre flujo y tratamiento de información personales sin consentimiento previo de los titulares, mientras tanto, es importante conocer y utilizar las herramientas que la autoridad, en este caso el Sernac, pone a disposición de las personas.