



KU LEUVEN CAMPUS BRUSELAS
FACULTAD DE DERECHO
Curso académico 2018-2019

Ejerciendo los derechos del interesado en el RGPD

*Investigación empírica sobre el derecho a la explicación de los sistemas de
recomendación de noticias*

Promotor: A. VEDDER
Copromotor: P. DEWITTE
Número de palabras versión original
(inglés): 15.424

Tesis de máster, presentada por
Maria MITJANS SERVETO
como parte del examen final para el
MÁSTER DE PROPIEDAD
INTELLECTUAL Y TECNOLOGÍAS DE
LA INFORMACIÓN Y LA
COMUNICACIÓN

Confirmo que esta tesis es mi propio trabajo, que todas las ideas contenidas en la tesis están expresadas en mis propias palabras y que no he tomado nada de otros textos, ni literal ni cuasi literalmente, excepto fragmentos citados entre comillas para los que he proporcionado datos bibliográficos completos y precisos, en conformidad con las reglas antiplagio explicadas en <https://www.law.kuleuven.be/onderwijs/plagiaat>

Maria Mitjans Serveto

Sumario

El artículo 13.2 f), el artículo 14.2 g) y el artículo 15.1 h), leídos conjuntamente con el artículo 22 del RGPD, constituyen un conjunto de disposiciones que otorgan a los interesados el derecho a recibir en forma concisa, transparente, inteligible y de fácil acceso, con un lenguaje claro y sencillo, información sobre la existencia de decisiones automatizada, incluida la elaboración de perfiles, a que se refiere el artículo 22, apartados 1 y 4, y, al menos en tales casos, información significativa sobre la lógica aplicada, así como la importancia y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para el interesado. Este derecho ha sido calificado por los académicos como "el derecho a la explicación" y ha suscitado un importante debate sobre su existencia y alcance. Sin embargo, hemos detectado una falta de investigaciones empíricas sobre qué información reciben los interesados cuando ejercen este derecho y cómo lo interpretan los responsables del tratamiento. El ejercicio de los derechos de los interesados plantea muchas cuestiones prácticas que entran en conflicto con el cumplimiento del RGPD y de sus principios, y que sigue siendo la parte menos explorada. A esto se añade la creciente preocupación por las decisiones automatizadas tomadas por algoritmos, que pueden contener o perpetuar prácticas sesgadas y discriminatorias y, por lo tanto, se habla de la necesidad de abrir la "black box" y hacer que los algoritmos sean justos y transparentes.

En la era de las "fake news", un sector donde han surgido preocupaciones específicas son los medios de comunicación, con sus sistemas de recomendación de noticias. Los algoritmos se utilizan para personalizar las noticias, para aumentar el compromiso de la audiencia, sin que los usuarios conozcan los criterios de selección de las mismas. Algunos académicos han advertido sobre las posibles implicaciones negativas que esto puede conllevar para la democracia y el papel de los medios de comunicación para informar a los ciudadanos y crear un foro público diverso. En este caso, el derecho a la explicación se ve como un mecanismo de transparencia que puede servir para proteger el pluralismo de los medios de comunicación que permitiría a los usuarios comprender el porqué de determinadas recomendaciones y les conferiría una mayor influencia sobre las formas de personalización. No obstante, el debate sigue siendo cómo explicar esas decisiones de manera útil y significativa y proporcionar las salvaguardias adecuadas a los interesados.

Partiendo de esta base, realizamos una investigación empírica con cuarenta y tres (43) proveedores de servicios en línea con el objetivo de ejercer el derecho a la explicación. En calidad de interesados, enviamos solicitudes a los responsables del tratamiento con el fin de obtener más información sobre cómo funcionaba la personalización de los sistemas de recomendación de noticias, así como para comprobar el conocimiento que los responsables tenían sobre este derecho y ver si el enfoque cumplía con las disposiciones y principios del RGPD. Para comprender plenamente el objeto de debate, el trabajo está estructurado en tres partes. En primer lugar, se examinará el alcance del derecho a la explicación. En segundo lugar, se analizarán los resultados de la investigación empírica, centrándose en la identificación de los problemas y deficiencias detectadas. En tercer lugar, se formularán recomendaciones para mejorar el cumplimiento del derecho a la explicación, haciendo especial hincapié en el sector de los medios de comunicación en línea, las particularidades algorítmicas de los sistemas de recomendación de noticias y los derechos y libertades que deben protegerse.

Palabras clave

Responsabilidad proactiva; Algoritmos; Decisiones automatizadas; Protección de datos; RGPD; Sistemas de recomendación de noticias; Derecho a la explicación; Transparencia

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a *Pierre Dewitte* todo el esfuerzo y el tiempo dedicado a coordinar la investigación empírica cuyos resultados son la base de esta tesis y, por todos los consejos y su voluntad de ayudar. Fue una inspiración. También quiero dar las gracias a los estudiantes que participaron en la investigación empírica, *Eliot Sanam*, *Nikolaos Ioannidis* y *Wannes Ooms*, que hicieron el proyecto aún más interesante y con quienes he podido compartir reflexiones sobre el tema. Del mismo modo, quiero dar las gracias a mi promotor, el profesor Anton Vedder, por sus aportaciones y por darme la oportunidad de trabajar en este tema. Por último, quiero dar las gracias especialmente a Oriol, por su apoyo incondicional y su aliento en cada decisión que tomo y por acompañarme a lo largo de este viaje.

Tabla de contenidos

Sumario	I
Agradecimientos	II
Tabla de contenidos.....	III
Lista de abreviaturas	V
Capítulo I. Introducción	1
Sección 1. El derecho a la explicación en la sociedad digital	1
≈ <i>Marco legal antes del RGPD</i>	1
≈ <i>Marco legal después del RGPD</i>	2
Sección 2. La investigación empírica sobre el derecho a la explicación: Objetivo, metodología y resultados	3
Sección 3. Pregunta de investigación	4
Capítulo II. El marco jurídico del derecho a la explicación en la Unión Europea ...	4
Sección 1. ¿Existe el derecho a la explicación?	4
≈ <i>La razón de ser del derecho a la explicación</i>	4
≈ <i>Las disposiciones del RGPD</i>	5
≈ <i>La interpretación de los términos vagos contenidos en los artículos</i>	9
Sección 2. ¿Por qué es relevante el derecho a la explicación en el sector de los medios de comunicación?.....	11
Capítulo III. El derecho a la explicación en la práctica	13
Sección 1. Fases de la investigación empírica	13
≈ <i>Fase 1: Mapeo de los proveedores de servicios en línea</i>	13
≈ <i>Fase 2: Registro y uso del servicio</i>	13
≈ <i>Fase 3: Evaluación de la política de privacidad</i>	14
≈ <i>Fase 4: Solicitud inicial</i>	14
≈ <i>Fase 5: Seguimiento, interacción, evaluación</i>	15
Sección 2. Evaluando los resultados del estudio: problemas detectados.....	16
≈ <i>Al registrarse y utilizar el servicio</i>	17
≈ <i>Al evaluar las políticas de privacidad</i>	17
≈ <i>Al interactuar con los proveedores de servicios en línea</i>	21
Sección 3. Qué tipo de explicación esperábamos vs. qué tipo de explicación obtuvimos: problemas detectados	24

≈ Falta de cumplimiento con los requisitos de recogida del consentimiento.....	24
≈ Falta de aplicación de los principios de privacidad por diseño y por defecto .	24
≈ Falta de información completa en las políticas de privacidad	25
≈ Falta de información concisa, transparente, inteligible y de fácil acceso, con un lenguaje claro y sencillo	25
≈ Retraso en proporcionar una respuesta	25
≈ Falta de conocimiento de qué información se debe proporcionar por parte de los proveedores	25
≈ Falta de voluntad para proporcionar información sobre el funcionamiento de los algoritmos	26
≈ Falta de información significativa	26
≈ Falta de una respuesta armonizada y estructurada.....	26
Capítulo IV. Mejorar el derecho a la explicación: recomendaciones en el sector de los sistemas de recomendación de noticias.....	26
Sección 1. Sensibilizar a los interesados	27
Sección 2. Facilitar el ejercicio de los derechos de los interesados	28
≈ Enfoque estratégico conjunto de las autoridades de control con el objetivo de eliminar y/o sancionar las malas prácticas identificadas.....	29
≈ Fomentar las buenas prácticas de los responsables del tratamiento	29
Sección 3. Lograr una interpretación uniforme del derecho a la explicación.....	30
≈ Necesidad de directrices del CEPD	30
≈ El importante papel de los investigadores para ofrecer una explicación significativa	31
Sección 4. Reforzar el control colectivo del derecho a la explicación.....	31
≈ El papel de las ONG/asociaciones	31
≈ La importancia de una Agencia de vigilancia/control de Algoritmos	32
Capítulo V. Conclusión	32
Bibliografía	34
Anexo I. El derecho a la explicación: cuadro con las disposiciones relevantes del RGPD & cuadro comparativo con la Directiva 95/46/EC	39
Anexo II. Resultados del estudio.....	45
Anexo III. Ejemplo de respuestas de los proveedores	57
Anexo IV. Buenas prácticas identificadas por parte de los proveedores	72
Anexo V. Malas prácticas identificadas por parte de los proveedores	74

Lista de abreviaturas

AEPD	Agencia Española de Protección de Datos
Artículo 29WP	Grupo de Trabajo del Artículo 29
CEPD	Comité Europeo de Protección de Datos
EIPD	Evaluación de impacto de protección de datos
IA	Inteligencia artificial
ML	<i>Machine learning</i>
RGPD	Reglamento General de Protección de Datos
UE	Unión Europea

Ejerciendo los derechos del interesado en el RGPD:

Investigación empírica sobre el derecho a la explicación de los sistemas de recomendación de noticias

Capítulo I. Introducción

Sección 1. El derecho a la explicación en la sociedad digital

≈ *Marco legal antes del RGPD*

El derecho a la explicación de las decisiones automatizadas ha originado un acalorado debate entre los académicos para determinar su existencia,¹ el alcance y las garantías que ofrece el RGPD. No obstante, la existencia de este derecho no es nueva y ya estaba previsto de manera similar en la derogada Directiva 95/46/CE². El considerando 41 de la Directiva establecía que *"cualquier persona debe tener además el **derecho de conocer la lógica que subyace al tratamiento automatizado de los datos que la conciernan, al menos en el caso de las decisiones automatizadas a que se refiere el apartado 1 del artículo 15**".*³

El artículo 12 de la Directiva derogada, refiriéndose al derecho de acceso, establecía, con una redacción similar a la del RGPD, el derecho a obtener *"**el conocimiento de la lógica utilizada**"*⁴ en los tratamientos automatizados de los datos referidos al interesado, al menos en los casos de las decisiones automatizadas a que se refiere el apartado 1 del artículo 15".

Se reconocía, al menos en los casos del artículo 15.1 de la Directiva, el derecho a conocer la lógica utilizada en los tratamientos automatizados de los datos, e incluso si la información estaba protegida por la propiedad intelectual o el secreto de los negocios, en el considerando se señalaba que *"ello no podía dar lugar a que se deniegue cualquier información al interesado"*, lo que significaba que había que dar una explicación proporcionada al interesado y que las excepciones no podían conducir a un rechazo absoluto de este derecho.

Por último, el artículo 15 de la Directiva, relativo a las decisiones individuales automatizadas, establecía, al igual que el artículo 22 del RGPD, una prohibición general a *"no verse sometidos a una decisión con efectos jurídicos sobre ellos o que les afecte de manera significativa, que se base únicamente en un tratamiento automatizado de datos destinado a evaluar determinados aspectos de su personalidad, como su rendimiento laboral, crédito, fiabilidad, conducta, etc"*.

En el apartado 2 se preveían excepciones similares al RDPG, cuando la decisión *"(a) se haya adoptado en el marco de la celebración o ejecución de un contrato, siempre*

¹ Véase WACHTER, S., MITTELSTADT, B., FLORIDI, L., Why a right to explanation of automated Decision-Making does not exist in the General Data Protection Regulation. *International Data Privacy Law*, 2017, Vol. 7, No. 2; MALGIERI, G., COMANDÉ, G. Why a right to legibility of automated decision-making exists in the General Data Protection Regulation. *International Data Privacy Law*, 2017, Vol. 7, No. 4.

² Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos.

³ Énfasis añadido.

⁴ Énfasis añadido.

que la petición de celebración o ejecución del contrato presentada por el interesado se haya satisfecho o que existan medidas apropiadas, como la posibilidad de defender su punto de vista, para la salvaguardia de su interés legítimo; o (b) esté autorizada por una ley que establezca medidas que garanticen el interés legítimo del interesado”.

Por lo tanto, el derecho a la explicación no es un derecho nuevo establecido en el RGPD, pero ciertamente ha crecido en importancia a medida que los algoritmos se han ido perfeccionando e implementando a gran escala. Las raíces de este derecho se remontan a finales de los años setenta en la legislación francesa sobre protección de datos promulgada en 1978⁵, donde el artículo 2 estipulaba que *"ninguna decisión judicial que implique una evaluación de la conducta humana podrá basarse en un tratamiento automático de datos que describa el perfil o la personalidad del ciudadano de que se trate". Ninguna decisión gubernamental o privada que implique una evaluación de la conducta humana podrá basarse únicamente en un tratamiento automático de datos que describa el perfil o la personalidad del ciudadano de que se trate. El artículo 3 establece que **toda persona tiene derecho a conocer y a impugnar los datos y la lógica utilizados en el tratamiento automatizado, cuyos resultados se le imputan**".*⁶

De esta disposición se desprende que el derecho a la explicación se entendía en un sentido amplio, no sólo en las decisiones basadas únicamente en un tratamiento automático, sino en el tratamiento automático en general, que concedía el derecho a conocer y a impugnar tanto los datos como la lógica utilizada para llegar a esa decisión.

≈ Marco legal después del RGPD

La comprensión de los orígenes y las formulaciones que han tenido las disposiciones nos ayuda a comprender el ámbito de aplicación de las disposiciones en vigor en el RGPD.⁷

Sin embargo, hay una serie de diferencias críticas entre los dos actos legislativos,⁸ en las que destacan, la diferencia entre una Directiva y un Reglamento, las sanciones máximas para las infracciones aplicables en el RGPD y el ámbito de aplicación más amplio del RGPD.⁹

En cuanto a las diferencias entre las disposiciones,¹⁰ los artículos 13 a 15 del RGPD exigen información sobre *"la existencia de decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles, a que se refiere el artículo 22, apartados 1 y 4, y, al menos en tales casos, **información significativa sobre la lógica aplicada, así como la importancia y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para el interesado**"*. La diferencia es clara, el RGPD específicamente agregó un requisito de

⁵ Loi no. 78-17 du 6. Janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés. <https://www.ssi.ens.fr/textes/l78-17-text.html#art02>

Texto Francés original: *Article 2. Aucune décision de justice impliquant une appréciation sur un comportement humain ne peut avoir pour fondement un traitement automatisé d'informations donnant une définition du profil ou de la personnalité de l'intéressé.*

Aucune décision administrative ou privée impliquant une appréciation sur un comportement humain ne peut avoir pour seul fondement un traitement automatisé d'informations donnant une définition du profil ou de la personnalité de l'intéressé.

Article 3. Toute personne a le droit de connaître et de contester les informations et les raisonnements utilisés dans les traitements automatisés dont les résultats lui sont opposés.

⁶ Énfasis añadido.

⁷ Véase la Fig.1, Anexo I. El derecho a la explicación: cuadro con las disposiciones relevantes del RGPD.

⁸ GOODMAN, B., FLAXMAN, S., European Union regulations on algorithmic decision-making and a "right to explanation", páginas 2-3.

⁹ Artículo 3 del RGPD.

¹⁰ Véase la Fig. 2, Anexo I. Cuadro comparativo del RGPD con las disposiciones de la Directiva 95/46/CE.

información significativa, así como información sobre la importancia y las consecuencias para los interesados¹¹.

Además, el RGPD refuerza los principios que guían la interpretación de la norma y el tratamiento de los datos personales. Los principios establecidos en el artículo 5, son la licitud, lealtad y transparencia del tratamiento, así como la limitación de la finalidad, la minimización de los datos, la exactitud, la limitación del plazo de conservación, la integridad y confidencialidad y la responsabilidad proactiva.

Teniendo en cuenta estos principios y el conjunto de disposiciones que configuran el llamado derecho a la explicación, necesitamos explorar las formas efectivas de hacer que los algoritmos sean justos y transparentes.

Este trabajo se dedicará a analizar en el siguiente capítulo el marco jurídico del derecho a la explicación en la UE, centrándose en las particularidades de los sistemas de recomendación de noticias.

Sección 2. La investigación empírica sobre el derecho a la explicación: Objetivo, metodología y resultados

Si bien el debate se ha centrado en determinar la existencia (o inexistencia) de este derecho, el alcance y el tipo de explicación y salvaguardias que cabe esperar, faltan investigaciones empíricas dedicadas al análisis de cómo se ejerce en la práctica frente a varios proveedores de servicios en línea¹². El ejercicio de los derechos como herramienta de empoderamiento de los usuarios es de suma importancia y, por lo tanto, es crucial evaluar críticamente el cumplimiento real (o no) con los derechos de los interesados a fin de proponer recomendaciones y abrir el debate a proponer mejoras o incluso a plantear la cuestión de si el ejercicio individual de los derechos en el RGPD puede considerarse una medida eficaz para abordar y cuestionar la complejidad de las decisiones tomadas mediante procesos automatizados¹³.

A la luz de lo anterior, el presente trabajo se centra en llenar este vacío de falta de pruebas empíricas sustanciales sobre el ejercicio de los derechos de los interesados, en particular, en el derecho a la explicación de los sistemas de recomendación de noticias.

Como parte del proyecto de investigación empírica, el objetivo es analizar la respuesta que se obtiene cuando se ejerce el derecho a la explicación ante varios proveedores de servicios en línea y ver si se cumple con lo dispuesto en el RGPD. Para ello, realizamos un estudio empírico analizando las respuestas de cuarenta y tres (43) proveedores de servicios en línea con el objetivo de ejercer el derecho a la explicación de los sistemas de recomendación de noticias. El estudio involucró a cuatro estudiantes de la universidad KU Leuven (Bélgica) dentro del LLM de propiedad intelectual y derecho de las TIC y a un Investigador del CiTiP¹⁴ y tuvo lugar del 15 de noviembre de 2018 al 30 de abril de 2019.

¹¹ SELBST, A.D., POWLES, J., Meaningful information and the right to explanation. *International Data Privacy Law*, 2017, Vol. 7, No. 4, página 241.

¹² Se han tomado iniciativas en el ejercicio de los derechos de los interesados en el derecho de acceso, véase AUSLOOS, J., DEWITTE, P., Shattering one-way mirrors - data subject access rights in practice. *International Data Privacy Law*, 2018, Vol. 8, No. 1.

¹³ A este respecto, véase AUSLOOS, J., ZAMAN, B., GEERTS, D., VALCKE, P., DEWITTE, P., Algorithmic Transparency and Accountability in Practice.

¹⁴ Centro de investigación de propiedad intelectual y derecho de las TIC de la facultad de derecho de la universidad KU Leuven.

La investigación empírica se estructuró y diseño siguiendo diferentes etapas¹⁵, con el fin de identificar las deficiencias y los problemas detectados en el marco del ejercicio del derecho a la explicación.

Sección 3. Pregunta de investigación

El trabajo de investigación se centra en responder a la pregunta de si los proveedores de servicios en línea cumplen con las disposiciones del derecho a la explicación, cuando este derecho se ejerce en la práctica por los interesados.

Con el fin de dar una respuesta completa y crítica a las principales cuestiones de la investigación, se abordará la lógica subyacente del derecho a la explicación, desde una interpretación sistemática, jurídico-histórica y teológica, considerando los textos legislativos y la doctrina jurídica.

A continuación, evaluaremos críticamente los resultados de la investigación empírica con el fin de clasificar de forma sistemática los problemas y las deficiencias encontradas e identificar las buenas prácticas.

Por último, teniendo en cuenta los resultados observados, se sugerirán recomendaciones y mejoras, con el fin de preservar los objetivos de las disposiciones del RGPD sobre el derecho a la explicación, centrándonos en el sector de las recomendaciones de noticias.

Capítulo II. El marco jurídico del derecho a la explicación en la Unión Europea

Sección 1. ¿Existe el derecho a la explicación?

El derecho a la explicación ha dado lugar a un debate jurídico en profundidad sobre la existencia y viabilidad de este derecho que sigue abierto.¹⁶ El objetivo de este capítulo es recoger el estado de la discusión y tratar de aclarar cuál creemos que debe ser el enfoque en el sector de la recomendación de noticias.

≈ *La razón de ser del derecho a la explicación*

El derecho a la explicación surge de la preocupación de que los algoritmos, cada vez más sofisticados con el desarrollo del *ML* y la *IA*, y cuya entrada de datos y posterior resultado es más difícil de predecir y comprender, conduzcan a decisiones que tendrán un efecto legal o un efecto importante para los ciudadanos y, por lo tanto, existe la necesidad de entender esas decisiones y de establecer los mecanismos para poder rebatirlas para evitar decisiones injustas o discriminatorias. La comprensión de la lógica

¹⁵ Véase el Capítulo III, explicación detallada de los pasos seguidos en el estudio empírico.

¹⁶ Véase EDWARDS, L., VEALE, M., *Slave to the Algorithm? Why a "Right to an Explanation" is probably not the remedy you are looking for*, *Duke Law & Technology Review* 18 (2017); GOODMAN, B., FLAXMAN, S., *European Union regulations on algorithmic decision-making and a "right to explanation"*. 31 de Agosto de 2016; KAMINSKI, M.E., *The right to explanation, explained*. University of Colorado Law Legal Studies Research Paper No. 18-24.

aplicada a la decisión llevará al interesado a comprender lo que necesita cambiar en la entrada de datos para obtener un resultado diferente.

≈ Las disposiciones del RGPD

El RGPD contiene varias disposiciones relativas a la toma de decisiones automatizadas¹⁷ que, al igual que la Directiva 95/46/CE, tratan de responder a estas preocupaciones limitando y prohibiendo las decisiones automatizadas, con exclusión de las excepciones aplicables, y concediendo a los interesados salvaguardias para contrarrestar el desequilibrio y el impacto negativo que una decisión automatizada le pueda causar. Complementando estas disposiciones, encontramos que los artículos 13 a 15 del RGPD se refieren a los derechos de acceso a la información y a los datos de manera que se proporcione información suficiente a los interesados a fin de poder tomar decisiones informadas y poder impugnar las decisiones que se han tomado.

Ahora examinaremos más de cerca cada una de las disposiciones relacionadas con la toma de decisiones automatizada para tener una representación completa del marco legal aplicable a las mismas y poder analizar si los sistemas de recomendación de noticias entran dentro de este ámbito de aplicación.

~ Artículos 13 a 15 del RGPD

Los artículos 13 a 15 del RGPD están contenidos en el capítulo III del RGPD que se refiere a los derechos del interesado, en la sección 2 de información y acceso a los datos personales. La redacción de la disposición referida a las decisiones automatizadas en estos tres artículos es la misma: *"la existencia de decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles, a que se refiere el artículo 22, apartados 1 y 4, y, al menos en tales casos, información significativa sobre la lógica aplicada, así como la importancia y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para el interesado"*.¹⁸

La diferencia entre estos tres artículos es que el artículo 13 se refiere a la información que debe facilitarse cuando se recogen datos personales del interesado y, por lo tanto, esta información debe facilitarse en el momento en que se obtienen los datos personales. Enumera la información que debe facilitarse en el párrafo 1 y en el párrafo 2 añade información adicional, haciendo hincapié en que esa información es necesaria para garantizar un tratamiento leal y transparente. En este apartado se enumeran el período de conservación, la existencia de los derechos de los interesados, la existencia del derecho a retirar el consentimiento, el derecho a presentar una reclamación ante una autoridad de control y la existencia de un proceso automatizado de toma de decisiones, tal y como se indica en el apartado anterior.

Por lo tanto, vale la pena mencionar el énfasis que hace el legislador en la necesidad de proporcionar la información enumerada para garantizar un tratamiento de datos leal y transparente.

¹⁷ Véase la figura 1 del anexo I. El derecho a la explicación: cuadro con las disposiciones relevantes en el RGPD.

¹⁸ Véase el artículo 13.2 f), el artículo 14.2 g) y el artículo 15.1 h) del RGPD.

El artículo 14 se refiere a la información cuando los datos personales no se han obtenido del interesado, por lo tanto, los datos se han obtenido de terceros. La misma información debe ser proporcionada a menos que se aplique el artículo 14.5 del RGPD.

Por último, el artículo 15 se refiere al derecho de acceso, cuando el interesado es el que solicita específicamente al responsable del tratamiento la confirmación de si se están tratando o no datos personales que le conciernen.

Vemos que este artículo debe interpretarse junto con el artículo 22 del RGPD, porque los proveedores tendrán que proporcionar "*al menos en tales casos*" (lo que no excluye que esta información pueda proporcionarse en otros casos)¹⁹ información significativa sobre la lógica aplicada, así como sobre la importancia y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para el interesado.

La primera cuestión que debemos destacar son los numerosos términos vagos que contiene esta frase y que han llevado a gran parte de la discusión sobre la interpretación y viabilidad de este derecho. Hasta ahora no existe una interpretación armonizada de los términos "información significativa", "lógica aplicada" y "importancia y las consecuencias previstas".

Antes de entrar en el análisis de estos términos, la cuestión central será delimitar el ámbito de aplicación del artículo 22 del RGPD.

~ Artículo 22 del RGPD

El artículo 22 del RGPD está situado en el capítulo III de la misma manera que los demás derechos, y en la sección 4 que se denomina "derecho de oposición y decisiones individuales automatizadas". Esta sección contiene sólo dos artículos, el artículo 21 sobre el derecho de oposición y el artículo 22 denominado "decisiones individuales automatizadas, incluida la elaboración de perfiles". De manera relevante vemos que este artículo es el único que no se nombra como "derecho", aunque se encuentra dentro del capítulo que enumera los derechos de los interesados. Del mismo modo, el artículo 12.2 del RGPD establece que *el responsable del tratamiento facilitará al interesado el ejercicio de sus derechos en virtud de los artículos 15 a 22*. Estos hechos, combinados con la redacción del artículo, han suscitado el debate sobre si se trata de un derecho o de una prohibición.²⁰

El impacto sobre esta categorización es importante, ya que *"interpretar el artículo 22 en el sentido de que establece un derecho de oposición reduciría el derecho; en la práctica, permitiría a las empresas utilizar regularmente algoritmos en la toma de decisiones importantes, ajustando su comportamiento sólo si los individuos invocan realmente sus derechos". Interpretar el artículo 22 como una prohibición de la toma de decisiones algorítmicas requeriría que todas las empresas que utilizan la toma de decisiones algorítmicas evalúen a qué excepción están sometidas y apliquen salvaguardias para proteger los derechos de las personas.*²¹

¹⁹ Véase Grupo de Trabajo del artículo 29, Directrices sobre la adopción automatizada de decisiones y perfiles individuales a los efectos del Reglamento 2016/679, revisado y adoptado por última vez el 6 de febrero de 2018, WP251 rev.01, mencionado como buena práctica para proporcionar esa información.

²⁰ Grupo de Trabajo del Artículo 29, Directrices sobre la adopción automatizada de decisiones y perfiles individuales a efectos del Reglamento 2016/679, cuya última revisión y adopción tuvo lugar el 6 de febrero de 2018, WP251 rev.01.

²¹ KAMINSKI, M.E., The right to explanation, explained. University of Colorado Law Legal Studies Research Paper No. 18-24, página 4.

El grupo de trabajo del artículo 29 apoya el punto de vista de no considerar el artículo simplemente como un derecho, afirmando que *el término "derecho" en la disposición no significa que el apartado 1 del artículo 22 se aplique únicamente cuando sea invocado activamente por el interesado. El apartado 1 del artículo 22 establece una prohibición general para la toma de decisiones basada únicamente en el tratamiento automatizado. Esta prohibición se aplica independientemente de que el interesado emprenda o no una acción en relación con el tratamiento de sus datos personales.*²²

En este caso tendríamos una dualidad: una prohibición general y un derecho, porque el interesado todavía tiene la posibilidad de solicitar al responsable del tratamiento ***"que no se le someta a una decisión basada únicamente en un tratamiento automatizado, incluida la elaboración de perfiles, que produzca efectos jurídicos que le afecten de forma significativa"***.²³

Para entender la información que deben proporcionarse en base a los artículos 13-15 del RGPD, hay que interpretar en primer lugar los términos "decisión basada únicamente en el tratamiento automatizado", y "le afecte significativamente de modo similar" para tener una clara comprensión del alcance del derecho/prohibición" a la que no debe ser objeto".

Además, el apartado 1 no se aplicará si la decisión *"(a) es necesaria para la celebración o ejecución de un contrato entre el interesado y un responsable del tratamiento; (b) está autorizada por el Derecho de la Unión o de los Estados miembros que se aplique al responsable del tratamiento y que establezca asimismo medidas adecuadas para salvaguardar los derechos y libertades y los intereses legítimos del interesado; o (c) se basa en el consentimiento explícito del interesado"*.

En el caso b) se deben implementar medidas adecuadas para salvaguardar los derechos y libertades y los intereses legítimos del interesado y en los casos a) y c) la redacción de los artículos es más explícita y se menciona que estas medidas adecuadas deben consistir en *"como mínimo el derecho a obtener intervención humana por parte del responsable, a expresar su punto de vista y a impugnar la decisión"*.

Por consiguiente, el artículo 22.3, se aplica únicamente a estos dos casos específicos mencionados en el artículo 22.2, letras a) y c), en los que se aplicarán al menos las salvaguardias mencionadas. En los casos de los apartados 1 y 4 del artículo 22, hay que tener en cuenta los artículos 13 a 15 del RGPD, que también contienen algunas salvaguardias en forma de explicación. La duda es si el artículo 22.3 RGPD también contiene un derecho a recibir información significativa, porque para poder expresar su punto de vista e impugnar la decisión, la información es esencial, pero no se encuentra mencionado de forma explícita.

~ Artículo 12.1 del RGPD

Para completar el marco legal que regula las decisiones automatizadas tenemos que mencionar el artículo 12.1 del RGPD que establece la forma en que se debe proporcionar cualquier información referida en los artículos 13 y 14 y cualquier comunicación bajo los artículos 15 a 22. Es decir, *en forma concisa, transparente, inteligible y de fácil acceso, con un lenguaje claro y sencillo, en particular cualquier información dirigida específicamente a un niño*".

²² Grupo de Trabajo del Artículo 29, Directrices sobre la adopción automatizada de decisiones y perfiles individuales a efectos del Reglamento 2016/679, cuya última revisión y adopción tuvo lugar el 6 de febrero de 2018, WP251 rev.01.

²³ Énfasis añadido.

~ **Considerando 71**

Y, por último, el considerando 71 proporciona luz y orientación sobre algunas de las cuestiones objeto de debate, dando ejemplos de esas decisiones, como por ejemplo *"la denegación automática de una solicitud de crédito en línea o los servicios de contratación en red en los que no medie intervención humana alguna"*.

En el considerando, cuando se habla de garantías adecuadas, *en cualquier caso, dicho tratamiento debe estar sujeto a las garantías apropiadas, entre las **que se deben incluir la información específica al interesado** y el derecho a obtener intervención humana, a expresar su punto de vista, a **recibir una explicación de la decisión tomada después de tal evaluación** y a impugnar la decisión.*²⁴

Además, para garantizar un tratamiento justo y transparente, el responsable del tratamiento debe aplicar medidas técnicas y organizativas para garantizar que se corrigen las inexactitudes, se reduce al mínimo el riesgo de errores²⁵ y se evitan los efectos discriminatorios.²⁶

Sin embargo, la única mención explícita al derecho a obtener una explicación de la decisión alcanzada se encuentra en un considerando. Esto ha llevado a las dos posiciones encontradas sobre la existencia o no del derecho a la explicación. Los considerandos del Derecho de la UE son una herramienta interpretativa que ayuda a comprender lo que el legislador quería establecer. *"Los considerandos pueden ayudar a explicar el propósito y la intención de un instrumento normativo. También pueden tenerse en cuenta para resolver ambigüedades en las disposiciones legislativas a las que se refieren, pero no tienen ningún efecto jurídico autónomo"*.²⁷ Por lo tanto, los considerandos no contendrán disposiciones normativas, sino que servirán de instrumento interpretativo, vinculado a la disposición correspondiente. La inclusión en el considerando y no específicamente en los artículos parece intencionada, probablemente fruto de un compromiso político, ya que en los primeros borradores del RGPD se incluyó y fue eliminado en el texto final. En el primer borrador, vemos que la información a proporcionar fue incluida en el artículo 20 "medidas basadas en la elaboración de perfiles", ahora artículo 22 del RGPD. En el borrador final, este párrafo fue eliminado de este artículo e incluido directamente en los artículos 13 a 15 del RGPD.²⁸

Recapitulando, el RGPD otorga, al menos en los casos del artículo 22 (1) y (4), el derecho a recibir información significativa sobre la lógica aplicada en las decisiones automatizadas que entran en el ámbito de aplicación del artículo 22 (1) y (4) del RGPD y, ese es el derecho que ha sido nombrado por los académicos como el derecho a la explicación.

Ciertamente, información y explicación no son equivalentes,²⁹ pero debido a la naturaleza y complejidad de las decisiones tomadas por los algoritmos, el legislador subrayó la necesidad de que esta información sea significativa y útil para el interesado. El interesado no es un experto o un científico de los datos y, por lo tanto, el responsable

²⁴ Énfasis añadido.

²⁵ Ejemplos sobre sesgos y prácticas discriminatorias de los algoritmos, ver: COURTLAND, R., The bias detectives. Nature, 21 de junio de 2018, vol. 558, Página. 357-360.

²⁶ Considerando 71, apartado 2.

²⁷ Véase BARATTA, R., Complexity of EU Law in the Domestic Implementing Process. Redacción legislativa de la UE: opiniones de los que aplican el Derecho comunitario en los Estados miembros, 3 de julio de 2014. https://ec.europa.eu/dgs/legal_service/seminars/20140703_baratta_speech.pdf

²⁸ Véase la primera propuesta del RGPD:

<http://register.consilium.europa.eu/doc/srv?l=EN&ST=205853%202012%20INIT>

²⁹ Información definida como en el diccionario de Cambridge como hechos sobre una situación, persona, evento, etc. Explicación definida en el diccionario de Cambridge como los detalles o razones que alguien da para hacer algo claro o fácil de entender.

del tratamiento debe hacer un esfuerzo adicional para informar en un lenguaje claro y sencillo sobre la lógica de estas decisiones automatizadas, así como de su importancia y consecuencias previstas. Este es un paso decisivo para poder expresar su punto de vista e impugnar la decisión.

≈ *La interpretación de los términos vagos contenidos en los artículos*

~ **Una decisión basada únicamente en el tratamiento automatizado**

Según las directrices del Grupo de Trabajo del artículo 29, esto significa que *no hay participación humana en el proceso de toma de decisiones*.³⁰ Así, si un ser humano revisa y tiene en cuenta otros factores a la hora de tomar la decisión final, esa decisión no estaría "basada únicamente" en el procesamiento automatizado. Sin embargo, esto no puede ser evitado por el mero hecho de involucrar a un ser humano en el proceso sin ninguna influencia real en el resultado.

La participación humana debe ser llevada a cabo por alguien que tenga autoridad y competencia para cambiar la decisión.³¹

Parece claro que debido a las transformaciones en el ecosistema de los medios de comunicación en línea y la creciente abundancia de información, los sistemas de recomendación de noticias difícilmente pueden introducir una participación humana con la autoridad y la competencia para cambiar una decisión, que no es sólo una, sino miles de decisiones tomadas al mismo tiempo.³²

~ **Le afecte significativamente de modo similar**

El Grupo de Trabajo del artículo 29 trata de aclarar este término, al establecer que sólo los efectos que tengan un impacto grave serán cubiertos por el artículo 22 del RGPD.³³ Subraya que el RGPD añade la palabra "de modo similar" a la redacción del artículo 15 de la Directiva 95/46/CE, por lo que el umbral de significación debe ser similar al de una decisión que produzca un efecto jurídico. En otras palabras, la decisión debe tener el potencial de: *afectar significativamente las circunstancias, el comportamiento o las elecciones de las personas afectadas; tener un impacto prolongado o permanente en el interesado; o, en el peor de los casos, conducir a la exclusión o discriminación de las personas*.³⁴

El Grupo de Trabajo del artículo 29 se refiere a ejemplos que puedan tener esta importancia. No analiza específicamente el sector de los sistemas de recomendación de noticias, sino que da alguna orientación en el caso de la publicidad online. Según su

³⁰ Grupo de Trabajo del Artículo 29, Directrices sobre la adopción automatizada de decisiones y perfiles individuales a efectos del Reglamento 2016/679, cuya última revisión y adopción tuvo lugar el 6 de febrero de 2018, WP251 rev.01, páginas 20-21.

³¹ Ídem, página 21.

³² A este respecto, véase HARAMBAM, J., HELBERGER, N., VAN HOBOKEN, J., 2018. Democratizing algorithmic news recommenders: how to materialize voice in a technologically saturated media ecosystem. Phil Trans. R. Soc. A 376: 20180088; HELBERGER, N., (2019), On the Democratic Role of News Recommenders, Digital Journalism, DOI: 10.1080/21670811.2019.1623700.

³³ Grupo de Trabajo del Artículo 29, Directrices sobre la adopción automatizada de decisiones y perfiles individuales a efectos del Reglamento 2016/679, cuya última revisión y adopción tuvo lugar el 6 de febrero de 2018, WP251 rev.01, página 21.

³⁴ Ídem, página 21.

opinión, se deberá llevar a cabo una evaluación caso por caso en función de: *la intrusión del proceso de elaboración de perfiles, incluido el seguimiento de las personas a través de diferentes sitios web, dispositivos y servicios; las expectativas y deseos de las personas afectadas; la forma en que se emiten los anuncios; o el uso del conocimiento de las vulnerabilidades de las personas a las que se dirigen los datos.*³⁵

Aunque este ejemplo presenta diferencias sobre los derechos fundamentales en juego cuando se habla de la selección de noticias, puede dar una idea de la dirección de la interpretación, donde se necesitará una evaluación para determinar el nivel de intrusismo y la elaboración de perfiles más elaborados. Vale la pena mencionar el hecho de que afirma que, en general, un tratamiento que pueda tener poco impacto en los individuos puede tener un efecto significativo en ciertos grupos de la sociedad, como los grupos minoritarios o los adultos vulnerables.³⁶ Abriendo así, la posibilidad de que el mismo sistema de recomendación de noticias pueda estar dentro del ámbito de aplicación del artículo 22 del RGPD para algunos grupos y fuera del ámbito de aplicación para otros.

~ Información significativa sobre la lógica aplicada

El Grupo de Trabajo del artículo 29 ha actualizado las directrices sobre automatización de la toma de decisiones individuales y la elaboración de perfiles, tratando de aclarar la interpretación de los términos contenidos en el RGPD. Menciona que, aunque no entre en el ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 22, *es una buena práctica proporcionar información sobre la lógica en cuestión y el significado y las consecuencias previstas.*³⁷

La información significativa se refiere a formas sencillas de informar al interesado sobre la razón de ser o los criterios en los que se basa para tomar la decisión.³⁸

Sin embargo, la discusión sobre la información que debe ser adecuada para cumplir el objetivo del derecho en estos casos, sigue abierta.³⁹ Además, el enfoque tendrá que ser necesariamente sectorial, debido a las particularidades y a las diferentes libertades en juego.

~ La importancia y las consecuencias previstas

En este caso, el Grupo de Trabajo del artículo 29 se refiere a la información sobre el tratamiento previsto o futuro, y sobre la forma en que la toma de decisiones

³⁵ Ídem, página 22.

³⁶ Ídem, página 22.

³⁷ Grupo de Trabajo del Artículo 29, Directrices sobre la automatización de la toma de decisiones individuales y la elaboración de perfiles a efectos del Reglamento 2016/679, cuya última revisión y adopción tuvo lugar el 6 de febrero de 2018, WP251 rev.01, página 25.

³⁸ Ídem, página 25. *No obstante, la información facilitada debe ser lo suficientemente completa como para que el interesado comprenda los motivos de la decisión.*

³⁹ Ver EDWARDS, L., VEALE, M., Enslaving the Algorithm: From a "Right to an Explanation" to a "Right to Better Decisions"? IEEE Security & Privacy. May/June 2018, *about meaningful information as a new "transparency fallacy"- an illusion of remedy rather than anything substantively helpful.*

automatizada puede afectar al interesado. Para que esta información sea significativa y comprensible, deben darse ejemplos reales y tangibles del tipo de efectos posibles.⁴⁰

En este caso, el enfoque también tiene que ser específico para cada sector. Los ejemplos en los sistemas de recomendación de noticias deben permitir a la persona comprender las consecuencias de ese tratamiento e impacto que puede tener en su derecho a recibir información y las formas de evitar un "*filter bubble*" excesivo y permitirle mejorar el pluralismo de las noticias recibidas.

Sección 2. ¿Por qué es relevante el derecho a la explicación en el sector de los medios de comunicación?

Cuando se habla de un sistema de recomendación de noticias, la gente tiene poco conocimiento de qué datos personales se utilizan y cómo se produce dicha selección algorítmica.⁴¹ La elaboración de perfiles puede perpetuar los estereotipos existentes y la discriminación social. También puede encerrar a una persona en una categoría específica y restringirla a sus preferencias sugeridas.⁴²

Los medios de comunicación son fundamentales en nuestra sociedad democrática y desempeñan un papel clave. Tienen la "función de vigilancia", de concienciar sobre importantes cuestiones sociales y políticas, como contrapeso del poder político de manera que se cree un foro público de discusión para enriquecer el debate democrático.

El derecho a recibir información es clave en una sociedad democrática y, por lo tanto, es necesario que nos fijemos cuidadosamente en el surgimiento de los algoritmos utilizados para personalizar el contenido de las noticias, y que adoptemos un enfoque individual y colectivo para preservar una alta calidad del pluralismo de los medios de comunicación y del derecho a recibir información.

El Grupo de Trabajo del artículo 29 publicó unas directrices revisadas sobre la toma de decisiones y la elaboración de perfiles individuales automatizados y estableció que, *dado el principio básico de transparencia que sustenta el RGPD, los responsables del tratamiento deben explicar de forma clara y sencilla a los individuos cómo el proceso de elaboración de perfiles o la elaboración de perfiles automatizados. En particular, cuando el tratamiento implica la toma de decisiones basada en la elaboración de perfiles (con independencia de si entra en el ámbito de aplicación de las disposiciones del artículo 22).*⁴³

Por lo tanto, incluso dejando de lado la discusión de qué tipo de sistemas de recomendación de noticias pueden clasificarse como una decisión que afecta de forma similar y significativa al interesado, el sector de los medios de comunicación en línea ha experimentado un tremendo cambio en la forma de informar. Pasó de los periódicos tradicionales con una preferencia ideológica conocida a las redes sociales o noticias personalizadas, elaborando un perfil cada vez más preciso de sus usuarios con el fin de ofrecer la mejor experiencia y mantener a los lectores interesados.

⁴⁰ Grupo de Trabajo del Artículo 29, Directrices sobre la automatización de la toma de decisiones individuales y la elaboración de perfiles a efectos del Reglamento 2016/679, cuya última revisión y adopción tuvo lugar el 6 de febrero de 2018, WP251 rev.01, página 26.

⁴¹ HARAMBAM, J., HELBERGER, N., VAN HOBOKEN, J., 2018. Democratizing algorithmic news recommenders: how to materialize voice in a technologically saturated media ecosystem. Phil Trans. R. Soc. A 376: 20180088, página 1.

⁴² Ídem, página 5.

⁴³ Ídem, página 15.

Aunque la discusión sobre si los algoritmos cierran a las personas en una selección más estrecha, creando "cámaras de eco" y "*filter bubbles*" y afectando la calidad de la discusión en la esfera pública sigue siendo abierta y las conclusiones no son claras,⁴⁴ está claro, sin embargo, que sin un acceso suficiente a la información y a las funcionalidades de los sistemas de recomendación de noticias, es casi imposible evaluar críticamente y detectar sesgos, prácticas de discriminación o proponer mejoras en dichos sistemas.

No obstante, el sector de los medios de comunicación en línea está inmerso en otras tensiones que pueden socavar los derechos de los interesados a recibir información, por ejemplo, los intereses corporativos y las tensiones entre las preferencias de la audiencia y la autonomía editorial, que pueden dar lugar a decisiones tomadas por un algoritmo desconocidas para el interesado.⁴⁵

Del mismo modo, el ámbito de las noticias tiene particularidades intrínsecas⁴⁶ que difieren de otros ámbitos y que crean la necesidad de analizar el derecho a la explicación desde un enfoque sectorial específico que tenga en cuenta esas particularidades.

En consecuencia, es importante que el derecho a la explicación en los sistemas de recomendación de noticias adopte un enfoque funcional y flexible, en el que "*si un individuo recibe una explicación de una decisión automatizada, necesita comprender la decisión lo suficientemente bien como para determinar si tiene una demanda de discriminación recurrible*".⁴⁷

Cabe destacar que, contrariamente al hecho de que los usuarios no leen las políticas de privacidad, que podrían llevar a la conclusión de que no tienen interés en la información que se les proporciona, los estudios apuntan en la dirección de que *los usuarios quieren explicaciones, pero no tienen una preferencia muy fuerte por la forma en que se les deben mostrar las explicaciones*.⁴⁸ Por lo tanto, es responsabilidad de la industria y del sector público explorar las mejores maneras de ofrecer la explicación significativa que los usuarios están pidiendo.

⁴⁴ Ver MÖLLER, J., TRILLING, D., HELBERGER, N., VAN ES, B. (2018), Do not blame it on the algorithm: an empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity, *Information, Communication & Society*, 21:7, 957-977, *the personalized recommendations showed no reduction in diversity over the non-personalized recommendations; on the contrary, personalized collaborative filtering produced the highest amount of topic diversity in this controlled setting. In sum, we have established that conventional recommendation algorithms at least preserve the topic/ sentiment diversity of the article supply (...) it became evident that we need better metrics of diversity to gain a better understanding of the true impact of recommender systems. To better understand the impact of these recommendation engines and whether over time there is indeed a reduction of content diversity these difference recommendation engines should be tested in situ over a longer period of several month.*

⁴⁵ HARAMBAM, J., HELBERGER, N., VAN HOBOKEN, J., 2018. Democratizing algorithmic news recommenders: how to materialize voice in a technologically saturated media ecosystem. *Phil Trans. R. Soc. A* 376: 20180088, página 3.

⁴⁶ Véase ÖZGÖBEK, Ö., ATLE GULLA, J., CENK ERDUR, R., A Survey on Challenges and Methods in News Recommendation, Department of Computer and Information Science, NTNU and Department of Computer Engineering, Ege University, page 1, *The news domain differs from other domains in many ways. For example; the popularity and recency of news articles changes so fast over time (...) Also considering the high number of new articles published every hour increases the complexity of other challenges.*

⁴⁷ SELBST, A.D., POWLES, J., Meaningful information and the right to explanation. *International Data Privacy Law*, 2017, Vol. 7, No. 4, página 236.

⁴⁸ TER HOEVE, M., HERUER, M., ODIJK, D., SCHUTH, A., SPITTERS, M., DE RIJKE, M., Do New Consumers Want Explanation for Personalized News Rankings. 2017, página 1.

Capítulo III. El derecho a la explicación en la práctica

Hemos visto en los capítulos anteriores que el derecho de explicación de la toma de decisiones automatizada se encuentra en un acalorado debate académico sobre su existencia o no, su alcance y el contenido de este derecho. Pero existe una falta de investigaciones académicas dedicadas al análisis de su efectividad cuando se ejerce por parte de los interesados ante los proveedores de servicios en línea. Llenar ese vacío es el objetivo principal de esta investigación empírica con el objetivo de reunir el máximo de evidencia empírica dentro del marco de tiempo del estudio.

Sección 1. Fases de la investigación empírica

La investigación empírica fue diseñada y siguió las siguientes fases:

≈ *Fase 1: Mapeo de los proveedores de servicios en línea*

El objetivo de esta fase era identificar una muestra representativa de proveedores de servicios en línea que utilizasen sistemas de recomendación de noticias. Clasificamos a los proveedores en tres categorías dependiendo de si eran proveedores de contenido tradicional,⁴⁹ agregadores de noticias⁵⁰ o redes sociales.⁵¹

Estas tres categorías responden a la lógica de tener una visión completa del panorama actual del sector de los medios de comunicación en línea: desde los periódicos en línea tradicionales hasta los agregadores de noticias y otras plataformas utilizadas para recibir información como las redes sociales.

Teniendo en cuenta las diferentes nacionalidades de los miembros del estudio, el objetivo era analizar proveedores nacionales, de la UE e internacionales para tener una muestra lo más representativa posible y seleccionar tanto a grandes como a pequeños proveedores.

El resultado del mapeo se puede encontrar en el Anexo II, fig.1, donde podemos ver la sede de los cuarenta y tres (43) proveedores que forman parte del estudio empírico. De estos, el 19% pertenece a la categoría de las redes sociales, el 28% a la de los agregadores de noticias y el 53% a la de los proveedores de contenido tradicionales.⁵²

≈ *Fase 2: Registro y uso del servicio*

Una vez identificados los proveedores de servicios objeto del estudio, cada uno de los miembros del estudio se registró con los proveedores de servicios en línea que le habían sido asignados y comenzamos a utilizar el servicio al menos dos veces por semana

⁴⁹ Proveedores de contenido tradicional definidos como una organización que proporciona información, que la propia organización ha creado, para su uso en un sitio web.

⁵⁰ Agregadores de noticias definidos como software cliente o una aplicación web que agrega contenido web sindicado como periódicos en línea, blogs, podcasts y videoblogs (vlogs) en un solo lugar para facilitar su visualización.

⁵¹ Las redes sociales se definen como sitios web y aplicaciones que permiten a los usuarios crear y compartir contenidos o participar en redes sociales.

⁵² Fig.2, Anexo II.

durante un mínimo de cinco (5) minutos. El uso consistió en navegar, hacer clic y leer el contenido de las noticias, creando una interacción normal con la plataforma. La utilización del servicio tuvo lugar entre el 30 de noviembre de 2018 y el envío de la solicitud inicial el 28 de febrero de 2019.

En esta fase se cumplimentó la primera encuesta (encuesta 1) con el fin de recoger las pruebas empíricas de dicha fase, respondiendo cuestiones cómo qué información era necesaria para crear una cuenta o qué otras categorías opcionales de datos personales se facilitaron durante el proceso de registro⁵³ y evaluando la información facilitada en esa fase por el responsable del tratamiento en relación con la privacidad y la protección de datos.

≈ Fase 3: Evaluación de la política de privacidad

Paralelamente a la utilización regular de los diferentes proveedores de servicios en línea, evaluamos críticamente la política de privacidad de los distintos proveedores con el fin de identificar el nivel de explicación ya existente *ex ante* y evaluar las políticas de privacidad con el fin de obtener más detalles *ex post*.

En esta fase se cumplimentó la segunda encuesta (encuesta 2) para evaluar críticamente el contenido de las diferentes políticas de privacidad. El objetivo de esta fase era analizar si se cumplían las condiciones establecidas en los artículos 12, 13 y 14 del RGPD, si se proporcionaba toda la información y, en forma concisa, transparente, inteligible y de fácil acceso, utilizando un lenguaje claro y sencillo.

Para medir estas cuestiones, se evaluaron varios parámetros, por ejemplo, la facilidad para encontrar la política de privacidad dentro de la plataforma, la extensión de la política de privacidad, la información contenida siguiendo las disposiciones de los artículos 13 y 14 del RGPD o si la política de privacidad asociaba cada operación de procesamiento con uno o más propósitos y una base legal.

≈ Fase 4: Solicitud inicial

En esta fase se envió una primera solicitud inicial a los proveedores con el siguiente contenido:

[FECHA] Al responsable de protección de datos de [INTRODUCIR NOMBRE DE LA EMPRESA],

Hola, Mi nombre es [NOMBRE] y soy usuario registrado de [NOMBRE DE LA EMPRESA] (nombre de usuario: XXX). Tal y como yo lo entiendo, usted selecciona y presenta el contenido de su plataforma/página web/app de diferentes maneras dependiendo de una serie de parámetros. Aunque sólo sea parcialmente, la selección y presentación del contenido parece estar dirigida a mí, basada en mi perfil personal.

Con esto en mente, me gustaría ejercer mis derechos bajo el reglamento general de protección de datos (RGPD) y obtener más aclaraciones sobre su sistema de recomendación de noticias. He leído su política de privacidad y me gustaría obtener información más concreta y específica relevante para mi situación en particular. ¿Cómo personalizan exactamente la entrega/presentación de contenidos para mí?

Muchísimas gracias.

Saludos cordiales,

⁵³ Fig.3, Anexo II.

El objetivo era confrontar a los proveedores con la solicitud del derecho a la explicación de su sistema de recomendación de noticias a fin de obtener información más concreta, tal y como se establece en los artículos 13.2 (f), 14.2 (g) y 15.1 (h) del RGPD.

Se enviaron recordatorios cada dos semanas en caso de no haber recibido una respuesta (que no fuera automática). En esta fase se cumplimentó la tercera encuesta (encuesta 3) para registrar la fecha, medio utilizado para enviar la solicitud y evaluar la facilidad con la que se presentó la solicitud inicial. El resultado proporcionó pruebas empíricas sobre el cumplimiento de las normas de fácil acceso contenidas en el RGPD. Esto es muy relevante para ver si los derechos de los interesados son en la práctica fáciles de ejercer e identificar los obstáculos que los interesados pueden encontrarse.

≈ *Fase 5: Seguimiento, interacción, evaluación*

La última fase del estudio empírico fue el seguimiento de la solicitud inicial en caso de que no se recibiera respuesta o ésta no fuera satisfactoria.

El seguimiento se desarrolló durante un período de dos (2) meses en el que el objetivo fue obtener el máximo de información posible sobre el derecho a la explicación y el funcionamiento del sistema de recomendación de noticias.

Esta fase es de suma importancia porque, por un lado, proporciona evidencia empírica de la información práctica recibida por los usuarios cuando ejercen el derecho a la explicación y, por otro lado, el proveedor se enfrenta de nuevo a las disposiciones del RGPD de proporcionar una explicación clara, accesible y en un lenguaje sencillo, teniendo una responsabilidad activa y teniendo que demostrar el cumplimiento.

Un año después de la entrada en vigor del RGPD, la evaluación del funcionamiento práctico de los derechos de los interesados, en este trabajo centrado en el derecho a la explicación, es de suma importancia para evaluar el nivel de cumplimiento de los proveedores.

En esta fase se cumplimentó la cuarta encuesta (encuesta 4) con el fin de recoger toda la evidencia empírica para el futuro análisis en la siguiente sección. La información obtenida, así como las dificultades y obstáculos encontrados en el proceso, fueron recogidos con el fin de disponer de información empírica lo más completa y relevante posible para la fase de análisis de los resultados y datos obtenidos.

Se envió la siguiente solicitud de seguimiento a los proveedores para obtener una explicación más detallada, con el siguiente contenido:

[FECHA] Al responsable de protección de datos de [INTRODUCIR NOMBRE DE LA EMPRESA],

Hola, Mi nombre es [NOMBRE] y soy usuario registrado de [NOMBRE DE LA EMPRESA] (nombre de usuario: XXX).

En primer lugar, quiero darle las gracias por su respuesta.

Desafortunadamente, su respuesta no incluye toda la información que solicité. Como parece haber cierta incertidumbre en cuanto al alcance de mi solicitud, he intentado especificar lo más claramente posible toda la información que me gustaría que me proporcionara. Sería particularmente útil para ambos, si pudiera alinear la estructura de su respuesta a la siguiente lista.

Basado en el artículo 15 del RGPD (leído junto con los artículos 12 y 22), me gustaría obtenerlo:

1. Una copia de todos mis datos personales que obran en su poder y/o están siendo procesados, en un formulario electrónico de uso común (artículo 15, apartado 3). Tenga en cuenta que esto también puede incluir cualquier material audiovisual (por ejemplo, grabaciones de voz o imágenes) y no se limita necesariamente a la información contenida en su base de datos de clientes y/o a la información que usted pone a disposición a través de la función "gestionar mi perfil".

2. Confirmación de si está procesando o no alguna categoría especial de datos personales, también llamada "datos sensibles" sobre mí (véase el artículo 9) y, en caso afirmativo, una lista detallada de esos datos.

3. Si no se han recogido, observado o deducido directamente de mí datos, información precisa sobre la fuente de los mismos, incluidos el nombre y el correo electrónico de contacto de los responsables del tratamiento en cuestión ("de qué fuente proceden los datos personales", artículo 14, apartado 2, letra f) /15, apartado 1, letra g)).

4. Si estos datos se han revelado o se revelarán a terceros, sírvase indicarlos junto con los datos de contacto de conformidad con el artículo 15, apartado 1, letra c). Tenga en cuenta que los reguladores europeos de protección de datos han declarado que, por defecto, los responsables del tratamiento deben nombrar destinatarios precisos y no "categorías" de destinatarios. Si opta por nombrar sólo categorías, debe justificar por qué es justo y ser específico, es decir, nombrar "el tipo de receptor (es decir, por referencia a las actividades que lleva a cabo), la industria, el sector y el subsector y la ubicación de los receptores". (Directrices del Grupo de Trabajo del Artículo 29 sobre Transparencia WP260 rev.01, p37).

5. Todos los fines del tratamiento a los que se destina cada categoría de datos personales recogidos, así como el motivo legal (véase el apartado 1 del artículo 6) para cada fin específico. Para todos los usos de "intereses legítimos", explique cuáles son esos intereses (artículo 14, apartado 2, letra b)) y cómo considera que sus intereses prevalecen sobre los míos.

6. Confirmación de si usted se considera o no tomando decisiones automatizadas (dentro del significado del Artículo 22, RGPD). Si la respuesta es afirmativa, sírvase proporcionar información significativa sobre la lógica implicada, así como sobre el significado y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para mí en particular. (Letra h) del apartado 1 del artículo 15)

7. Confirmación del tiempo de conservación de cada categoría de datos personales, o de los criterios utilizados para tomar esta decisión, de conformidad con el principio de limitación del almacenamiento y el artículo 15, apartado 1, letra d).

8. Confirmación de dónde se almacenan físicamente mis datos personales (incluidas las copias de seguridad) y, como mínimo, de si han salido de la UE en algún momento (en caso afirmativo, sírvase detallar también los motivos jurídicos y las garantías de dichas transferencias de datos). Si hace uso de los servicios en nube, por favor, proporcióneme información detallada sobre la ubicación de sus servidores y los detalles de su acuerdo de procesamiento de datos con estos proveedores.

9. Detalles sobre las medidas de seguridad que usted tomó para salvaguardar mis datos personales (incluyendo, por ejemplo, encriptación, restricciones de acceso, estrategias de minimización de datos, métodos de almacenamiento, etc.).

10. Confirmación de los derechos del interesado que usted considera que tengo frente a usted y de la forma en que usted los tendrá en cuenta.

11. Confirmación de si en algún momento me han recomendado contenido sobre la base de mis datos personales.

12. Explique la lógica detrás de su sistema de recomendación de noticias/contenidos tal como se aplica a mí en particular. Por ejemplo: ¿Qué parte del contenido que consumí fue personalizada o recomendada en base a mi perfil?

Una lista completa de los datos personales concretos (o categorías de datos) que intervienen en el sistema de recomendaciones (tal como se me aplica a mí específicamente (no basta con dar ejemplos de los datos que se están utilizando a tal fin).

Por qué las respectivas (categorías de) datos personales se consideraron pertinentes para el sistema del recomendante.

El peso de las diferentes categorías de datos personales que alimentan el sistema de recomendaciones;

Detalles sobre cómo se diseñó su sistema de recomendaciones, sin tener que dar secretos comerciales o información protegida de propiedad intelectual (es decir, antecedentes de las personas involucradas, si se trata de un proceso continuo, etc.).

¿Qué prioridades han guiado el diseño del sistema de recomendaciones?

Muchísimas gracias.

Saludos cordiales,

Sección 2. Evaluando los resultados del estudio: problemas detectados

Durante la evaluación de los resultados, se han analizado todos los datos recogidos en las diferentes fases del estudio, con el fin de ofrecer una visión estructurada de los hallazgos clave que nos ayudará en pasos posteriores a analizar las razones que subyacen a estos hallazgos y proponer recomendaciones para mejorar el cumplimiento

del derecho a la explicación. En este sentido, el Anexo II al V⁵⁴ ayudará a ilustrar los resultados encontrados en nuestro estudio empírico.

≈ *Al registrarse y utilizar el servicio*

En esta fase, al registrarnos en los diferentes proveedores de servicios en línea que teníamos asignados y comenzar a utilizar el servicio, pudimos analizar el proceso de registro desde la perspectiva del cumplimiento de los principios del RGPD, como la privacidad por diseño y por defecto o la lealtad y transparencia del procesamiento, así como, la base del tratamiento. En esta fase, se cumplimentó la primera encuesta (encuesta 1) con el fin de recoger las pruebas empíricas.

En la figura 3 del Anexo II, se puede ver un gráfico con la información necesaria para registrarse en los proveedores de servicios en línea analizados. Casi todos los proveedores (98%) pidieron una dirección de correo electrónico y el 56% de los proveedores pidieron el nombre completo, mientras que el 30% pidió un nombre de usuario y una minoría de proveedores pidió otra información, como el número de teléfono, la fecha de nacimiento o el sexo. Podemos argumentar que algunos de los campos eran excesivos según el principio de minimización de datos⁵⁵ y que algunos de los campos pueden ser revisados para pedir únicamente los datos estrictamente necesarios con el fin de realizar el proceso de registro.

En esta primera fase, detectamos a algunos proveedores que pedían el consentimiento para proporcionar noticias personalizadas.⁵⁶ Sin embargo, la explicación que se dio en ese momento fue muy limitada, sólo diciendo que las recomendaciones se basarían en "su interacción", sin dar más detalles. Otros proveedores pidieron que se revelara la edad para influir en el contenido que se iba a ofrecer, sin proporcionar más información.

También detectamos prácticas extendidas de proveedores que pedían el consentimiento no de una manera específica, ya que se utilizaba la misma casilla para aceptar los términos y condiciones, la política de privacidad y la política de cookies a la vez, con lo que no se cumplen los requisitos de consentimiento establecidos en el RGPD y desarrollados más adelante en las Directrices sobre el consentimiento del Grupo de Trabajo del Artículo 29.⁵⁷ Algunos de ellos fueron aún más lejos y ni siquiera se requería una acción afirmativa clara, con sólo hacer clic en "seguir" se aceptaban todas las condiciones, de nuevo, en incumplimiento de las condiciones de consentimiento del RGPD y de las mencionadas Directrices del Grupo de Trabajo del Artículo 29.⁵⁸

≈ *Al evaluar las políticas de privacidad*

En esta segunda fase, el objetivo era evaluar críticamente la política de privacidad de los proveedores con el fin de identificar el nivel de explicación presente *ex ante*, al tiempo

⁵⁴ En el Anexo II se presentan diferentes gráficas para ilustrar los resultados del estudio empírico.

En el anexo III se ofrecen ejemplos de respuestas de los proveedores.

En el anexo IV se ofrecen ejemplos de buenas prácticas detectadas.

En el anexo V se ofrecen ejemplos de malas prácticas detectadas.

⁵⁵ Artículo 5.1 c) del RGPD.

⁵⁶ Fig. 1, Anexo IV.

⁵⁷ Grupo de Trabajo del Artículo 29, Directrices sobre el consentimiento con arreglo al Reglamento 2016/679, revisado por última vez el 10 de abril de 2018, WP259 rev.01.

⁵⁸ Fig. 1, Anexo V.

que se prestaba atención a otros parámetros importantes de cumplimiento dentro del RGPD y sus principios.

~ Evaluación sobre los parámetros formales

En primer lugar, analizamos varios hechos generales que nos ayudaron a determinar el cumplimiento de los principios de transparencia y ver si en el RGPD la información se proporcionaba de forma fácilmente accesible, concisa y transparente.

Al analizar la facilidad para encontrar la política de privacidad en la plataforma que estábamos utilizando (sitio web, aplicación, etc.), medimos específicamente cuántos clics se necesitaban para encontrar la política de privacidad desde la página de inicio.⁵⁹ En el gráfico,⁶⁰ podemos ver que en el 56% de los proveedores se necesitó un clic para acceder a la política de privacidad, lo que significa que ya era visible desde la página de inicio, aunque algunas formas de mostrarlo no son inmediatas y pueden ser difíciles de localizar (por ejemplo, a veces se pone el enlace en un color muy tenue, casi imperceptible).⁶¹ En el 33% de los proveedores se necesitaron 2 clics para encontrar la política de privacidad y, en el resto, (11%) se necesitaron 3 clics o más.⁶²

Al evaluar la facilidad o dificultad para describir el proceso de búsqueda de la política de privacidad, como primer paso necesario para conocer el tratamiento de los datos personales, en el 76% de los casos, los miembros del estudio contestaron que era fácil o muy fácil, mientras que en el 24% restante, contestaron que era medio o muy difícil de encontrar. Fue muy difícil encontrar al menos en el 7% de los proveedores.⁶³

Al evaluar si la política de privacidad se presentaba como un documento separado o incrustado en otro documento (por ejemplo, dentro de las Condiciones de uso), nos dimos cuenta de que el 16% de los proveedores⁶⁴ tenían la política de privacidad incrustada en otro documento.

En la determinación del número de palabras de las políticas de privacidad,⁶⁵ el 42% de las políticas de privacidad contenían entre 2.000 y 3.999 palabras, siendo sólo un 9% de las políticas que contenían menos de 2.000 palabras.

El 26% de los proveedores tenían una política de privacidad con más de 6.000 palabras, y de éstas, un 3% contenían más de 10.000 palabras.

Vemos que la mayoría de las políticas están en un rango de 2.000 a 6.000 palabras.⁶⁶

⁵⁹ Por ejemplo, desde la página de inicio. Clic/pantalla 1: Términos y condiciones, Clic/pantalla 2: Política de privacidad.

⁶⁰ Fig. 4, Anexo II.

⁶¹ Fig. 3, Anexo V, donde se puede ver un ejemplo de ruta difícil para llegar a la política de privacidad y un botón oculto en uno de los sitios web del proveedor.

⁶² Fig. 2, Anexo V, donde se puede ver un ejemplo de un botón sin la política de privacidad explícita en el sitio web/app.

⁶³ Fig. 5, Anexo II.

⁶⁴ Fig. 6, Anexo II.

⁶⁵ El estudio adoptó el siguiente enfoque: tomar el documento más completo en el caso que la política de privacidad estuviera dividida en varios apartados y añadir la política de cookies en el total.

⁶⁶ Fig. 7, Anexo II.

~ Evaluación del contenido

En segundo lugar, analizamos el contenido de las diferentes políticas de privacidad para determinar el cumplimiento de la información enumerada en los artículos 12, 13 y 14 del RGPD en lo que se refiere a la recogida de datos personales.

Cabe destacar que ninguno de los proveedores proporcionó toda la información que se debía incluir en la política de privacidad. Cuando el tratamiento se basaba en intereses legítimos del responsable del tratamiento o de un tercero, el 30 % de los responsables del tratamiento no habían especificado el interés legítimo que perseguían. Se encontró un escenario similar cuando el procesamiento se basaba en el consentimiento, el 33% de los proveedores no mencionaban el derecho a retirar el consentimiento en ningún momento.

Otro factor importante cuando se trata de protección de datos es el derecho a presentar una reclamación. En ese caso, el 30% de los proveedores no mencionaban la existencia de esta posibilidad en su política de privacidad.

El porcentaje es aún más bajo en los datos que no se han obtenido directamente del interesado, ya que sólo el 40% de los proveedores mencionaron las categorías correspondientes a esos datos y sólo el 53% identificó la fuente de la que procedían los datos.⁶⁷

En cuanto a los derechos de los interesados, podemos ver una diferencia significativa entre los derechos ya presentes en la Directiva 95/46/CE, como el derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición, que se mencionan en casi todas las políticas de privacidad, en comparación con el derecho a la portabilidad de los datos o a la restricción del tratamiento mencionado por el 74 % de los proveedores, y a partir de ahí, vemos una diferencia dramática en lo que se refiere al derecho a no ser sometido a una toma de decisiones automatizada, incluida la elaboración de perfiles, que produce efectos legales o afecta significativamente de modo similar a la persona interesada, que se menciona sólo en el 12 % de los casos.⁶⁸ Aún peor es el escenario cuando nos preguntamos si la política de privacidad mencionaba el derecho a obtener información significativa sobre la lógica aplicada, así como la importancia y las consecuencias previstas de la toma de decisiones automatizada para los interesados, y comprobamos que ninguno de los proveedores lo mencionaba. El derecho a obtener una intervención humana, a expresar su punto de vista o a impugnar una decisión sólo fue mencionado por uno de los proveedores que se refería a una *guichet automatique* donde era posible expresar su opinión, impugnar y requerir la intervención humana.

Profundizando en este elemento, y además de no mencionar el derecho a no ser sometido a una toma de decisiones automatizada, evaluamos si la política de privacidad reconocía o negaba explícitamente la existencia de una toma de decisiones automatizada y/o de un sistema de recomendación de noticias, por ejemplo, el hecho de que organizara dinámicamente el contenido de las noticias en base a ciertos parámetros. Aquí encontramos una situación completamente diferente a la que encontramos con la mención del derecho a no ser sometido a una toma de decisiones automatizada, donde el 74% de los proveedores reconocen explícitamente la existencia

⁶⁷ Fig. 8, Anexo II.

⁶⁸ Fig. 9, Anexo II.

de un sistema de recomendación de noticias.⁶⁹ Un ejemplo de la formulación de esta característica es:

Utilizamos la información que tenemos para entregar nuestros Productos, incluyendo la personalización de características y contenido (incluyendo sus noticias, noticias, noticias de [REDACTED], historias y anuncios [REDACTED]) y hacer sugerencias para usted (tales como grupos o eventos en los que pueda estar interesado o temas en los que pueda querer seguir) dentro y fuera de nuestros Productos. Para crear Productos personalizados que sean únicos y relevantes para usted, utilizamos sus conexiones, preferencias, intereses y actividades basados en los datos que recopilamos y aprendemos de usted y de otros (incluyendo cualquier dato con protecciones especiales que usted decida proporcionar cuando haya dado su consentimiento explícito); cómo utiliza e interactúa con nuestros Productos; y las personas, lugares o cosas a las que está conectado e interesado dentro y fuera de nuestros Productos.

Otro elemento a analizar es si la política de privacidad reconoce o niega explícitamente la existencia de la toma de decisiones automatizada, y aquí encontramos que el 60% de los proveedores no mencionan nada y el 35% de los proveedores reconocen explícitamente la existencia de la toma de decisiones automatizada.⁷⁰ Ejemplos de la formulación de esta característica son:

Los algoritmos informáticos seleccionan lo que se ve en [REDACTED], excepto como se indica. Los algoritmos determinan qué historias, imágenes y vídeos se muestran y en qué orden.

Esto puede incluir el uso de sistemas automatizados para detectar problemas de seguridad. Podemos utilizar procesos automatizados para ayudar a que la publicidad sea más relevante para usted.

Cuando nos referimos específicamente al hecho de indicar si el sistema de recomendación de noticias constituye una toma de decisiones automatizada, el porcentaje de proveedores que no mencionan nada es aún mayor (86%), con sólo el 12% de los proveedores reconociendo explícitamente que su sistema de recomendación de noticias constituye una toma de decisiones automatizada, y sólo un proveedor que lo niega.⁷¹ Ejemplos de la formulación de esta característica son:

[REDACTED] recoge y almacena datos personales de sus usuarios para personalizar la lectura. Esto incluye la toma de decisiones automatizada para promover contenidos adaptados a las preferencias e intereses indicados por el usuario, así como a su historial de navegación e interacciones de red.

(i) Derecho a no estar sujeto a la toma de decisiones automatizada cuando ello tenga un efecto significativo en usted. De hecho, no participamos en tales actividades, por lo que este derecho no será, en la práctica, relevante en el contexto de su uso de nuestros sitios.

En este primer análisis de la política de privacidad, intentamos recoger toda la información relevante sobre la lógica que los proveedores hacen pública. Sin embargo, ya dijimos que la mayoría de los proveedores no tenían ninguna información relevante en cuanto a la lógica aplicada. De los proveedores que proporcionan alguna información destacamos estos fragmentos:

Que los interesados se clasifiquen en diferentes grupos a efectos del sistema de recomendación de noticias, así como dos ejemplos de estos grupos. (por ejemplo, mujeres de 18 a 25 años, interés en viajar y hombres de 30 a 45 años, interés en el tenis). Estos grupos recibirán diferentes contenidos y anuncios.

⁶⁹ Fig. 10, Anexo II.

⁷⁰ Fig. 11, Anexo II.

⁷¹ Fig. 12, Anexo II.

Nuestros Servicios le permiten mantenerse informado sobre noticias, eventos e ideas relacionadas con temas profesionales que le interesan, y de profesionales que usted respeta. Nuestros Servicios también le permiten mejorar sus habilidades profesionales o aprender otras nuevas. Utilizamos los datos que tenemos sobre usted (por ejemplo, los datos que usted nos proporciona, los datos que recopilamos de su compromiso con nuestros Servicios y las inferencias que hacemos de los datos que tenemos sobre usted), para recomendar contenido relevante y conversaciones sobre nuestros Servicios, sugerir habilidades que usted puede tener que añadir a su perfil y habilidades que usted podría necesitar para perseguir su próxima oportunidad. Por lo tanto, si nos haces saber que estás interesado en una nueva habilidad (por ejemplo, viendo un video de aprendizaje), usaremos esta información para personalizar el contenido de tu feed, sugerirte que sigas a ciertos miembros de nuestro sitio, o ver contenido de aprendizaje relacionado para ayudarte a alcanzar esa nueva habilidad. Utilizamos su contenido, actividad y otros datos, incluyendo su nombre y foto, para proporcionar avisos a su red y a otros. Por ejemplo, en función de tu configuración, podemos notificar a otros que has actualizado tu perfil, publicado un blog, realizado una acción social, realizado nuevas conexiones o que has sido mencionado en las noticias.

≈ *Al interactuar con los proveedores de servicios en línea*

Este último apartado contiene la interacción real con los diferentes proveedores cuando se ejerce el derecho a una explicación.⁷² En ese caso también analizamos diferentes aspectos prácticos del ejercicio del derecho y las explicaciones sustantivas recibidas de los proveedores para analizar el cumplimiento y la calidad de las respuestas.

~ **Aspectos prácticos en la interacción con los proveedores**

Desde un punto de vista práctico, las interacciones con los proveedores duraron dos meses, y evaluamos numerosos aspectos de los cuales queremos destacar algunos hallazgos clave de este estudio.

Es de suma importancia para el ejercicio de los derechos del interesado que los proveedores cumplan realmente y respondan en el marco de tiempo adecuado fijado en el RGPD para que su derecho obtenga la protección adecuada. A partir de la investigación, encontramos que el 21% de los proveedores no habían proporcionado ninguna respuesta (sin contar las respuestas automáticas) en el momento en que se cerró el estudio. El 42% de los proveedores respondió al menos con la primera respuesta no automatizada en un marco de tiempo razonable entre 0 y 19 días, y el 28% de los proveedores requirió de 30 a 59 días para proporcionar la primera respuesta no automatizada.⁷³

En nuestro estudio, acordamos enviar un recordatorio cada dos semanas si no se recibía respuesta. Determinamos que en el 56% de los proveedores tuvimos que enviar recordatorios para recibir la primera respuesta no automatizada. De esos, en el 13% de los casos, tuvimos que enviar más de cuatro (4) recordatorios para obtener la primera respuesta no automatizada.⁷⁴

Si a esto le sumamos el alto porcentaje de proveedores que no respondieron en los dos meses que duró el proceso de seguimiento, se pone en duda la efectividad del ejercicio de los derechos de los interesados.

También se contaron los días transcurridos entre la primera respuesta no automatizada y la primera respuesta sustantiva, y entre ésta y la respuesta final. Cabe destacar que en el primer caso, el 28% de los proveedores necesitaron de 30 a 59 días para

⁷² Consulte la plantilla enviada en la página 15-16.

⁷³ Fig. 13, Anexo II.

⁷⁴ Fig. 14, Anexo II.

proporcionar la primera respuesta sustantiva.⁷⁵ En cuanto a la respuesta final, sólo el 16% de los proveedores lograron emitir una respuesta sustantiva final en menos de 30 días. La mayoría de los proveedores (58%) proporcionaron la respuesta en un período de entre 30 y 59 días.⁷⁶

~ **Los obstáculos planteados por los proveedores**

Una vez recibida la primera respuesta no automatizada, evaluamos si los proveedores habían planteado obstáculos para atender nuestra solicitud. Un 44% de los proveedores pusieron al menos un obstáculo para atender la solicitud. Diez proveedores solicitaron una prueba de identidad, 5 de ellos informaron que necesitaba tiempo extra para procesar la solicitud y 3 proveedores se negaron a cumplir con la solicitud.⁷⁷ Los proveedores que se negaron a actuar, plantearon las siguientes razones: que su web no estaba dirigida a la UE y por lo tanto, consideraban que el RGPD no se aplicaba, y cuando les respondimos explicando el alcance territorial del RGPD y por qué pensábamos que el RGPD era de aplicación, se negaron a actuar afirmando que eran un sitio web pequeño y que no tenían los recursos para responder a la pregunta;⁷⁸ otro proveedor afirmó que no tenían nuestros datos y se refirieron a otra entidad; un último proveedor, después de enviar el documento de identidad, decidió cerrar nuestra consulta afirmando que la petición excedía el artículo 15 del RGPD y que por lo tanto, no era apropiado cumplir con ella.

~ **El contenido substantive de las explicaciones**

Evaluando el contenido sustantivo de las respuestas, intentamos recopilar la mayor cantidad de información relevante posible sobre la lógica aplicada, la importancia y las consecuencias previstas del sistema de recomendación de noticias para los interesados. No obstante, incluso después de enviarles reiterados emails, el 30% de los proveedores no proporcionaron ninguna información al respecto y sólo el 56% de los proveedores suministran algunos datos.⁷⁹

En cuanto al cumplimiento del artículo 15,⁸¹ ninguno de los responsables del tratamiento proporcionó toda la información enumerada en el artículo. Cabe destacar que sólo el 16% proporcionó información sobre los fines para los que se tratan los datos personales y sobre el derecho a presentar una reclamación a las autoridades de control. Es realmente preocupante la falta de información completa disponible, que afecta de manera generalizada a todos los proveedores.

Ejemplos de las respuestas recibidas de los proveedores se pueden encontrar en el Anexo III, en concreto en las figuras 5 y 6. Las prácticas comunes entre los proveedores eran remitirse a la política de privacidad, proporcionando un enlace para acceder a esa

⁷⁵ Fig. 17, Anexo II.

⁷⁶ Fig. 18, Anexo II.

⁷⁷ Fig. 15, Anexo II y Fig. 3, Anexo III.

⁷⁸ Fig. 4, Anexo III.

⁷⁹ Fig. 16, Anexo II.

⁸⁰ Fig. 1, Anexo III, donde se pueden ver ejemplos de proveedores que rechazan el hecho de que personalizasen el contenido.

⁸¹ Fig. 19, Anexo II.

información y proporcionar muy poca información significativa, al menos durante la primera respuesta no automatizada.

De los proveedores que intentaron proporcionar una información más completa, algunos de ellos se refirieron al tipo de filtro utilizado (por ejemplo, filtro colaborativo) y explicaron que las recomendaciones se basaban en el consumo del usuario específico y en el consumo de los usuarios en su conjunto. Además de estas dos variables, mencionaban "todo un conjunto de parámetros que ayudan a ajustar el resultado", sin explicar cuáles son estos parámetros ni su peso.

Otros proveedores sólo mencionaban dos parámetros, a saber, "contextual", es decir, noticias relacionadas con la que estás viendo, y "personal", es decir, noticias relacionadas con las noticias que ya ha visto, sin profundizar más en la lógica aplicada.

De las grandes empresas, podemos ver que al interesado se le inunda con multitud de enlaces, que producen el efecto contrario que el RGPD quiere lograr. Los usuarios no están más informados, sino menos, y terminan sin información clara y comprensible. De ellos hemos podido extraer algunos de los factores utilizados para determinar el contenido que son: los tipos de videos que has visto, las aplicaciones en tu dispositivo y tu uso de aplicaciones, los sitios web que visitas, los identificadores anónimos asociados a tu dispositivo móvil, las interacciones previas con la plataforma o los anuncios, tu ubicación geográfica, tu rango de edad, género y video interacciones.

Otro proveedor mencionó factores como: tus conexiones, preferencias, intereses y actividades basadas en los datos que recolectan y aprenden de ti y de otros y de la información de ubicación.

Sin embargo, no se da ninguna información sobre la lógica aplicada, así como sobre el significado y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para el interesado.

En la solicitud de seguimiento, solicitamos explícitamente más información sobre el diseño del sistema de recomendación de noticias y las prioridades que guían ese diseño o la forma en que el sistema funcionará con un perfil incompleto. Se dieron respuestas vagas y genéricas como "priorizamos la privacidad de nuestros usuarios y por lo tanto utilizamos los datos mínimos para ofrecer recomendaciones" o se plantearon defensas como "no podemos dar información sobre los criterios de priorización del contenido de nuestros algoritmos porque es parte de nuestro aprendizaje y nos permite mejorar el servicio frente a la competencia".

Por último, en cuanto a la interpretación del artículo 22 del RGPD, de los responsables del tratamiento que dan respuesta y consideran su sistema de recomendación de noticias como una toma de decisiones automatizada, ninguno de ellos consideró que sus recomendaciones personalizadas tuvieran un efecto legal o que afectara significativamente de modo similar a los interesados o consideró que, "aunque nuestro tratamiento de elaboración de perfiles de contenidos implique una toma de decisiones automatizada, no lo hace en el sentido del artículo 22 del RGPD" sin dar una explicación más detallada de por qué consideraban que su recomendación de noticias quedaba fuera del ámbito de aplicación del artículo 22 del RGPD.⁸²

⁸² Fig. 2, Anexo III.

Sección 3. Qué tipo de explicación esperábamos vs. qué tipo de explicación obtuvimos: problemas detectados

A partir de la sección anterior, se identificaron una serie de problemas o carencias. En esta sección los nombraremos y clasificaremos para establecer una lista de los incumplimientos más comunes y graves detectados, confrontándolos con los requisitos y objetivos del RGPD. Algunas de las deficiencias se centran en el derecho a la explicación, pero otras tienen un alcance más amplio que el cumplimiento del derecho a la explicación y afectan al núcleo de la legalidad del tratamiento o la privacidad por diseño y por defecto y, por lo tanto, pueden extrapolarse como problemas que afectan a toda la viabilidad de los derechos de los interesados.

≈ Falta de cumplimiento con los requisitos de recogida del consentimiento

Según el RGPD, el consentimiento debe ser un acto afirmativo claro, específico, informado e inequívoco. Esto podría incluir marcar una casilla, pero no el silencio, casillas marcadas previamente o la inactividad por parte de los usuarios.⁸³ Si el consentimiento no se obtiene correctamente, entonces el tratamiento no se considerará lícito de acuerdo con el artículo 6 del RGPD.

Desafortunadamente, ese es el caso de muchos de los proveedores que evaluamos. Se detectaron varias malas prácticas que conducen a un consentimiento inválido. Por ejemplo, observamos que algunos proveedores todavía no piden el consentimiento con un acto afirmativo claro o no separan los diferentes propósitos específicos para los que se requiere el consentimiento, pero reúnen en la misma casilla el consentimiento para uno o múltiples propósitos (ni siquiera se especifica o explica) con el acuerdo de los términos y condiciones y las cookies en su conjunto.⁸⁴

Incluso en las mejores prácticas detectadas, el consentimiento también carece del requisito informado, en el que normalmente no se proporciona información o se proporciona muy poca información.⁸⁵

≈ Falta de aplicación de los principios de privacidad por diseño y por defecto

En el considerando 78 del RGPD se citan algunos ejemplos de medidas que cumplirían los principios de protección de datos por diseño y por defecto. Estas medidas podrían consistir en "*reducir al máximo el tratamiento de datos personales, seudonimizar lo antes posible los datos personales, dar transparencia a las funciones y el tratamiento de datos personales, permitiendo a los interesados supervisar el tratamiento de los datos*", siendo una lista abierta de medidas. De la evaluación del proceso de registro y del panel del usuario de algunos proveedores (si existen) podemos concluir que hay mucho margen de mejora en este sentido y que todavía existen extendidas malas prácticas como la falta de implementación de la privacidad por defecto y la activación de los permisos por defecto sin el consentimiento expreso del usuario.

⁸³ Considerando 32 del RGPD.

⁸⁴ Fig. 1, Anexo V.

⁸⁵ Fig. 1, Anexo IV.

≈ Falta de información completa en las políticas de privacidad

La mayoría de los proveedores tenían políticas de privacidad con un rango de 2.000 a 6.000 palabras. No obstante, ninguno de los proveedores proporcionó una lista completa de la información enumerada en los artículos 13 a 14 del RGPD. Esta información es clave para evaluar la legalidad del tratamiento y los fines del tratamiento o el derecho de los interesados a presentar una reclamación.

≈ Falta de información concisa, transparente, inteligible y de fácil acceso, con un lenguaje claro y sencillo

Como hemos apuntado anteriormente, el número de palabras utilizadas en las políticas de privacidad es cualquier cosa menos concisa en un porcentaje relevante de proveedores. El 26% de los proveedores tenían una política de privacidad con más de 6.000 palabras, y de éstas, otro 3% contenía más de 10.000 palabras.

Al evaluar la accesibilidad de las políticas de privacidad, en el 33% de los proveedores se necesitaron 2 clics para encontrar la política de privacidad y en el 11% de los proveedores se necesitaron 3 clics o más. Aunque en el 76% de los casos, los miembros del estudio empírico describieron el proceso de encontrar la política de privacidad como fácil o muy fácil, era medio o muy difícil de encontrar en el 24% de los casos.

Los proveedores deben comprender que la protección de datos es un elemento clave de su negocio y que dotarla de una fácil accesibilidad y de elementos que faciliten la comprensión del tratamiento de datos, por ejemplo, con un panel de control de la privacidad, un resumen de los elementos clave, elementos gráficos o visuales, es primordial para aumentar la concienciación y la confianza de los interesados.

≈ Retraso en proporcionar una respuesta

Ya vemos que no es fácil para un interesado encontrar las políticas de privacidad en algunos casos y que, aunque las encuentre, comprenda sus derechos y consiga enviar una petición para ejercerlos, luego va a tener que lidiar con más obstáculos. Uno de los principales obstáculos es la falta de respuesta de muchos proveedores o el retraso injustificado que hace que los interesados terminen desistiendo de su petición.

≈ Falta de conocimiento de qué información se debe proporcionar por parte de los proveedores

Entrando en las deficiencias que afectan específicamente al derecho a la explicación, la investigación empírica apoyó nuestra intuición de que el derecho a la explicación era prácticamente un derecho desconocido. Los proveedores no saben qué información debe proporcionarse y, en el mejor de los casos, la limitan a explicaciones vagas y generales de las categorías de datos utilizadas para personalizar el contenido.

Además, los que respondieron a la solicitud de seguimiento, tratan de evitar la aplicabilidad del artículo 22 del RGPD, simplemente mencionando que este no es

aplicable desde su punto de vista. En este caso, es necesario aclarar el alcance del derecho y del término "que le afecte significativamente de modo similar".

≈ Falta de voluntad para proporcionar información sobre el funcionamiento de los algoritmos

Aunque la mayoría de los proveedores simplemente ignoraron la pregunta o no dieron ninguna respuesta, de aquellos que fueron un poco más lejos, la defensa general fue que el funcionamiento de los algoritmos es parte de su *know how* que los hace competitivos frente a otros proveedores.

≈ Falta de información significativa

Si el objetivo del artículo 13 a 15 del RGPD es que los interesados reciban una información suficiente y significativa que les permita impugnar y disputar la decisión que se ha tomado mediante decisiones automatizadas, esto ciertamente no se logra con la información recibida por los proveedores que forman parte de este estudio empírico. No hay posibilidad de evaluar o detectar sesgos, discriminaciones o falta de pluralismo sólo con la explicación que estos responsables del tratamiento proporcionaron en el estudio.

≈ Falta de una respuesta armonizada y estructurada

Aunque el diseño del estudio empírico siguió la estructura de envío de una solicitud inicial y a una solicitud de seguimiento detallada para facilitar la respuesta de los proveedores, ha quedado claro que la diversidad de respuestas cuando se enfrentan a las solicitudes de derechos de los interesados es tan variada que recibimos cuarenta y tres respuestas estructuradas diferentes, una para cada proveedor. Con el fin de sensibilizar y potenciar el ejercicio de los derechos de los interesados, los distintos sectores tendrían que trabajar en un enfoque común que ayudara a los usuarios a recibir una respuesta estructurada de modo similar que les permitiera comparar, conocer mejor el tratamiento de sus datos personales y las finalidades y el cumplimiento por parte de los proveedores de las disposiciones del RGPD.

Capítulo IV. Mejorar el derecho a la explicación: recomendaciones en el sector de los sistemas de recomendación de noticias

Los resultados de nuestra investigación empírica han demostrado que el ejercicio de los derechos de los interesados y la solicitud información sobre el funcionamiento de los sistemas de recomendación de noticias es una tarea difícil, con muchos obstáculos enumerados en la sección anterior. Además, a este derecho se añaden los problemas relacionados con el contenido sustantivo del derecho a la explicación y la interpretación del RGPD, lo que dificulta aún más su ejercicio práctico.⁸⁶

⁸⁶ Fig. 2, Anexo III.

Con esto en mente, el objetivo de este capítulo es identificar posibles formas de mejorar tanto el ejercicio práctico del derecho a la explicación como el contenido que se entrega al interesado, con el fin de hacerlo más acorde con los objetivos del RGPD.

Aunque algunas de estas recomendaciones pueden ser aplicadas para todos los derechos de los interesados en el RGPD y, en general, para los sectores que dependen de la toma de decisiones automatizada, las recomendaciones se centran en el sector de los sistemas de recomendación de noticias. Debido a las particularidades y a los diferentes derechos y libertades en juego en cada sector, es necesario desarrollar recomendaciones a medida para cada uno de ellos.

Sección 1. Sensibilizar a los interesados

La sensibilización sobre los derechos del interesado sigue siendo una tarea pendiente⁸⁷ y es mayor en el derecho de explicación, ya que sólo el 41 % de los encuestados, según el Eurobarómetro 487a, han oído hablar de este derecho, contrariamente a otros derechos como el derecho de acceso o de supresión, en los que el 65 % de los encuestados han oído hablar de ellos.⁸⁸ Cuando se trata de quienes han ejercido efectivamente sus derechos, el porcentaje es aún menor, sólo el 8% de los encuestados han ejercido su derecho a expresar su punto de vista y a impugnar una decisión automatizada.⁸⁹

Esto significa que, a pesar de la creciente importancia de las decisiones automatizadas hechas por algoritmos, los ciudadanos de la UE son menos conscientes de la existencia de este derecho y, por lo tanto, menos conscientes de las salvaguardias y de cómo impugnar una decisión que se toma por medios automatizados.

Pueden tenerse en cuenta otras cifras pertinentes del informe para desarrollar acciones concretas destinadas a aumentar la sensibilización y la capacitación de los ciudadanos de la UE. Ciertamente, la toma automatizada de decisiones será uno de los temas a tratar en los próximos años, como lo demuestra la comunicación de la Comisión Europea COM (2019)374 final,⁹⁰ en la que se destaca la IA como un tema de importancia estratégica, por lo que en los próximos años habrá que desarrollar el enfoque centrado

⁸⁷ Ver herramientas de sensibilización en, SPAGNUELO, D., FERREIRA, A., LENZINI, G., Accomplishing Transparency within the General Data Protection Regulation, in Proceedings of the 5th International Conference on Information Systems Security and Privacy, páginas 114-125.

⁸⁸ Informe Eurobarómetro 487a sobre el Reglamento General de Protección de Datos, publicado en junio de 2019, página 3, página 68. Respuesta a la pregunta: ¿Ha oído hablar de cada uno de los siguientes derechos? - El derecho a expresar su punto de vista cuando las decisiones son automatizadas (por ejemplo, un algoritmo decide si se le concederá un préstamo o no).

⁸⁹ Informe Eurobarómetro 487a sobre el Reglamento General de Protección de Datos, publicado en junio de 2019, página 23.

⁹⁰ Comunicaciones de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo, COM(2019) 374 final, " Data protection rules as a trust-enabler in the EU and beyond- taking stock ", 24 de julio de 2019, pp. 15-16.

en el ser humano de la CE.⁹¹ La OCDE⁹² y el G20⁹³ también han pedido que se promueva la transparencia y la explicación de la IA como la forma de crear una IA fiable.

Sección 2. Facilitar el ejercicio de los derechos de los interesados

De las deficiencias identificadas, muchas se deben a una aplicación inadecuada de los principios del RGPD y al enfoque erróneo de considerar la protección de datos como una formalidad burocrática o como un texto largo que nadie leerá.

En cambio, las disposiciones del RGPD tienen por objeto cambiar este enfoque creando un entorno de privacidad por defecto y diseño, cambiando la carga de la prueba establecida en la Directiva 95/46/CE⁹⁴ por la demostración del cumplimiento por parte del responsable o del encargado del tratamiento (responsabilidad proactiva) establecido en el RGPD y reforzando los derechos de los interesados.⁹⁵

Esto crea obligaciones para los responsables del tratamiento de facilitar el ejercicio de los derechos de los interesados⁹⁶ y de proporcionar la información requerida en los artículos 13 a 14 del RGPD y cualquier comunicación relativa al tratamiento del interesado en forma concisa, transparente, inteligible y de fácil acceso, con un lenguaje claro y sencillo, en particular cualquier información dirigida específicamente a un niño.

En la investigación empírica identificamos una serie de malas prácticas que están lejos de implementar estas disposiciones, ya que aparentemente se realizan para impedir que los interesados ejerzan sus derechos o gestionen su configuración de privacidad.

Desde esta perspectiva, como paso paralelo a la sensibilización sobre los derechos de los interesados, es necesario que, cuando los interesados acudan a una plataforma para informarse sobre la política de privacidad o quieran gestionar su configuración de privacidad, puedan hacerlo de forma fácilmente accesible, sin políticas de privacidad ocultas o demasiado extensas e incomprensibles.

El interesado no es un experto y, en cualquier caso, debe ser capaz de comprender, de manera sencilla, qué información se está tratando, para qué fines y cómo gestionar su configuración de privacidad y ejercer sus derechos.

⁹¹ El programa de trabajo 2019-2020 del CEPD incluye en su lista de actividades directrices sobre la selección de los usuarios de los medios sociales y posibles temas como el uso de las nuevas tecnologías, como la IA y los asistentes conectados. https://CEPD.europa.eu/sites/CEPD/files/files/file1/CEPD-2019-02-12plen-2.1CEPD_work_program_en.pdf

⁹² OCDE, Recomendación del Consejo sobre Inteligencia Artificial, OCDE/LEGAL/0449, adoptada el 22 de mayo de 2019. *"AI Actors should commit to transparency and responsible disclosure regarding AI systems. To this end, they should provide meaningful information, appropriate to the context, and consistent with the state of art: i. to foster a general understanding of AI systems, ii. to make stakeholders aware of their interactions with AI systems, including in the workplace, iii. to enable those affected by an AI system to understand the outcome, and, iv. to enable those adversely affected by an AI system to challenge its outcome based on plain and easy-to-understand information on the factors, and the logic that served as the basis for the prediction, recommendation or decision"*.

⁹³ Declaración Ministerial del G20 sobre Comercio y Economía Digital, el 9 de junio de 2019.

⁹⁴ Artículo 23.2 de la Directiva 95/46/CE, *"el responsable del tratamiento podrá ser eximido parcial o totalmente de dicha responsabilidad si demuestra que no se le puede imputar el hecho que ha provocado el daño"*.

⁹⁵ Artículo 5.2 del RGPD.

⁹⁶ Artículo 12.2 del RGPD.

En este sentido, proponemos las siguientes recomendaciones para facilitar el ejercicio de los derechos de los interesados y mejorar la comprensión del tratamiento de los datos personales.

- ≈ Enfoque estratégico conjunto de las autoridades de control con el objetivo de eliminar y/o sancionar las malas prácticas identificadas

Existe el riesgo de que las autoridades de control caigan en la práctica de sancionar únicamente a los responsables del tratamiento por violaciones importantes de datos que salen a la luz pública, sin poner el mismo foco a la aplicación de otras disposiciones igualmente importantes del RGPD.

Una de las partes más débiles es la información recibida por los interesados, la forma en que se muestra y el contenido, a menudo incompleto y que no se ajusta a los artículos 12 a 14 del RGPD.

En mi opinión, se trata de un ámbito que merece especial atención y en el que las autoridades de control deberían desarrollar una estrategia conjunta para mejorar la calidad de la información recibida por los interesados.

En la investigación empírica hemos identificado los principales problemas relacionados con la falta de cumplimiento de los requisitos de consentimiento, la falta de políticas de privacidad concisas, transparentes y de fácil acceso y la demora en proporcionar una respuesta o la falta de conocimiento de cuál es la información necesaria que debe proporcionarse, lo que dificulta gravemente el ejercicio de los derechos de los interesados.

Es importante que estas cuestiones reciban la misma atención que las violaciones de la seguridad y que se sancionen y corrijan cuando sea necesario.

- ≈ Fomentar las buenas prácticas de los responsables del tratamiento

Del mismo modo, los responsables del tratamiento deben considerar el marco jurídico de la protección de datos como una oportunidad para generar confianza entre sus usuarios y para trabajar en mejora el tratamiento de las solicitudes de ejercicio de los derechos por parte de los interesados, estableciendo protocolos claros que guíen a los usuarios y ayuden a crear una plataforma transparente y fiable. Adicionalmente, es necesario revisar los procesos de protección de datos, con el fin de verificar el cumplimiento de los principios de privacidad por diseño y por defecto, a menudo olvidados o que no fueron tenidos en cuenta en la fase de construcción de la plataforma.

Una solución podría pasar por la elaboración de un código de conducta sectorial, alentado en el RGPD⁹⁷ para dar una solución específica a las diferentes cuestiones, especialmente cuando se trata del todavía muy desconocido derecho a la explicación de los procesos automatizados de toma de decisiones.

Otra solución para evaluar el cumplimiento y ayudar a gestionar el riesgo que la toma de decisiones automatizada puede provocar, sería hacer una EIPD. Las EIPD son

⁹⁷ Véase el artículo 40 del RGPD.

extremadamente importantes para demostrar el cumplimiento y ayudarán a los responsables del tratamiento a cumplir con los requisitos del RGPD.⁹⁸

Las EIPD sólo son necesarias cuando el tratamiento *"entrañe un alto riesgo para los derechos y libertades de las personas físicas"*.⁹⁹ Por lo tanto, antes de implementar un sistema de recomendación de noticias, cuyas consecuencias para los derechos y libertades se desconocen, la EIPD ayudará a identificar y evaluar los riesgos y proponer soluciones para mitigar las consecuencias negativas que pueden causar.

Las auditorías externas¹⁰⁰ y los sellos y mecanismos de certificación pueden ser útiles para demostrar el cumplimiento y corregir las malas prácticas.

Sección 3. Lograr una interpretación uniforme del derecho a la explicación

Hemos visto en los capítulos anteriores que el derecho a la explicación está lejos de tener una interpretación uniforme. Debido a la rápida implementación y complejidad de los sistemas de recomendación de noticias, es de suma importancia para los responsables de tratamiento contar con directrices claras sobre la información a proporcionar y saber qué tipo de sistemas de recomendación de noticias entran dentro del ámbito del artículo 22 del RGPD.

≈ Necesidad de directrices del CEPD

A pesar de las directrices actualizadas del Grupo de Trabajo del Artículo 29,¹⁰¹ varios temas importantes siguen sin estar claros y, sin duda, el sector de la recomendación de noticias, debido a la elaboración de perfiles y al papel que desempeñan los medios de comunicación en línea en nuestros sistemas democráticos, merecen una atención especial.

En la investigación empírica hemos visto que de aquellos proveedores que consideraban que su sistema de recomendación de noticias era una toma de decisiones automatizada, ninguno de ellos consideraba que sus recomendaciones personalizadas tuvieran un efecto legal o afectaran significativamente de modo similar los interesados o consideraban que *"aunque nuestro tratamiento de perfilado de contenidos implica una toma de decisiones automatizada, no lo hace en el sentido del artículo 22 del RGPD"* sin proporcionar ninguna explicación adicional. Esto podría acabar eludiendo la aplicación del artículo 22 del RGPD y sus salvaguardias, por lo que es importante aclarar el alcance de estas disposiciones.

⁹⁸ Véase Grupo de Trabajo del Artículo 29, Directrices sobre la evaluación de impacto de la protección de datos (DPIA) y determinación de si es "probable que el tratamiento dé lugar a un alto riesgo" a efectos del Reglamento 2016/679, revisado y adoptado por última vez el 4 de octubre de 2017, WP248 rev. 01.

⁹⁹ Ver artículo 35.1 del RGPD.

¹⁰⁰ Ver SANDVIG, C., HAMILTON, K., KARAHALIOS, K., LANGBORT, C., Auditing Algorithms: Research Methods for Detecting Discrimination on Internet Platforms. 2014.

¹⁰¹ Grupo de Trabajo del Artículo 29, Directrices sobre la adopción automatizada de decisiones y perfiles individuales a efectos del Reglamento 2016/679, cuya última revisión y adopción tuvo lugar el 6 de febrero de 2018, WP251 rev.01.

≈ El importante papel de los investigadores para ofrecer una explicación significativa

La complejidad de los algoritmos hace que una de las partes importantes del debate se centre en qué tipo de explicación sería significativa para el usuario, para que éste pueda tomar decisiones informadas o detectar inexactitudes o sesgos.

Ciertamente, se trata de un debate interesante y hay mucho margen de mejora en este ámbito.¹⁰²

Lo que sí es cierto es que los interesados necesitan tener acceso a información que al menos sea significativa para ellos a fin de comprender las implicaciones de esa decisión automatizada. En el sector de la recomendación de noticias, nos parece importante permitir a los usuarios probar y ver la diferencia entre un *feed* personalizado y no personalizado y desarrollar herramientas fáciles de usar que les permitan tomar decisiones e influir en esta personalización.

Sin embargo, esta capa de información sobre las funcionalidades del sistema probablemente no permitirá que el interesado detecte sesgos complejos o discriminaciones de grupo.¹⁰³

Sección 4. Reforzar el control colectivo del derecho a la explicación

Si bien es cierto que la información que debe facilitarse a los interesados tiene un amplio margen de mejora y debemos trabajar para garantizar que se produzca un desarrollo en este sentido, no es menos cierto que el impacto del ejercicio de los derechos individuales de los interesados en una sociedad digital global es un control insuficiente.

Como hemos señalado en el último apartado, es probable que la información recibida por el interesado no le permita detectar sesgos complejos o discriminaciones de grupo. De ahí la importancia de un enfoque colectivo de este derecho.¹⁰⁴

≈ El papel de las ONG/asociaciones

Debido al posible impacto discriminatorio colectivo y a la complejidad de la comprensión de los algoritmos, es importante potenciar el papel de las ONG y las asociaciones¹⁰⁵ para que ejerzan una función de vigilancia sobre los posibles efectos discriminatorios y el impacto sobre los derechos fundamentales.

¹⁰² Ver WACHTER, S., MITTELSTADT, B., RUSSELL, C., Counterfactual explanations without opening the black box: automated decisions and the GDPR. *Harvard Journal of Law & Technology*, 2018; TER HOEVE, M., SCHUTH, A., ODIJK, D., DE RIJKE, M., Faithfully Explaining Rankings in a News Recommender System, 14 May 2018; ANIL PATANKAR, A., BOSE, J., KHANNA, H., A Bias Aware News Recommendation System, Samsung R&D Institute, Bangalore, India.

¹⁰³ See VEDDER, A., NAUDTS, L., (2017) Accountability for the use of algorithms in a big data environment, *International Review of Law, Computers & Technology*, 31:2, 206-224.

¹⁰⁴ Véase MAZUR, J., Right to Access Information as a Collective-Based Approach to the GDPR's Right to Explanation in European Law, *Erasmus Law Review* December 2018, nº 3, "*there is the need to approach the automated decision-making discriminatory potential from a more collective perspective*".

¹⁰⁵ Ver iniciativas como Algorithm Watch <https://algorithmwatch.org/en/>

Sin embargo, el papel de las asociaciones o grupos de usuarios tiene limitaciones, ya que la representación del artículo 80 del RGPD *"se refiere a los derechos concedidos en el RGPD y, por tanto, los límites del derecho a la explicación se aplican a los procedimientos iniciados sobre la base del artículo 80". Se centran en la decisión concreta que se refiere a la persona (...) Como se ha explicado anteriormente, la fuente de discriminación potencial en caso de solución automatizada de la toma de decisiones puede no estar vinculada a la persona y a sus datos personales: puede ser el resultado de la forma en que se estructuró el sistema automatizado de toma de decisiones en cuestión".*¹⁰⁶

≈ La importancia de una Agencia de vigilancia/control de Algoritmos

Debido a las implicaciones potenciales para la democracia y los derechos y libertades a proteger, en este caso en relación con el derecho a recibir información y con el fin de proteger el foro público para crear un debate diverso, las solicitudes individuales y la información entregada a los individuos serán en cualquier caso insuficientes para monitorear el correcto desarrollo de la selección de noticias y asegurar que los potenciales impactos discriminatorios se corrijan con el fin de lograr un sistema de recomendación de noticias que lejos de estrechar el debate público, aumente la diversidad.

Tras la creación del Grupo de Expertos de Alto Nivel sobre IA,¹⁰⁷ existe la necesidad de crear un grupo de expertos técnicos capaz de analizar la complejidad de los algoritmos para detectar sesgos y hacer que las empresas sean conscientes y responsables de la implementación de estos procesos automatizados de toma de decisiones.

Capítulo V. Conclusión

La cuestión de la investigación objeto de este trabajo era analizar si los proveedores de servicios en línea cumplían con las disposiciones del derecho a la explicación del RGPD. El objetivo era confrontar a los proveedores con la solicitud del derecho a la explicación de su sistema de recomendación de noticias a fin de obtener información más concreta, tal y como se establece en los artículos 13.2 (f), 14.2 (g) y 15.1 (h) del RGPD.

Con el fin de proporcionar un análisis preciso, el documento ha examinado el marco jurídico de la UE aplicable a la toma de decisiones automatizada. Vimos que estas disposiciones legales son objeto de controversia y tratamos de aclarar el alcance del derecho en el sector de los sistemas de recomendación de noticias. Sin embargo, el marco teórico aún contiene incertidumbres que es importante disipar si queremos asegurar una aplicación armonizada del RGPD.

Los resultados de la investigación empírica revelaron la falta de conocimiento y cumplimiento del derecho a la explicación por parte de los responsables del tratamiento, la falta de implementación de soluciones en línea con los principios de privacidad por diseño y por defecto, la falta de información significativa recibida y la falta de

¹⁰⁶ MAZUR, J., Right to Access Information as a Collective-Based Approach to the GDPR's Right to Explanation in European Law, Erasmus Law Review December 2018, nº 3, page 183- 184.

¹⁰⁷ El Grupo de Expertos en Inteligencia Artificial tiene como objetivo general apoyar la implementación de la Estrategia Europea de Inteligencia Artificial. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/artificial-intelligence>

conocimiento de qué información era necesaria dar, así como las deficiencias generales que los interesados encontrarán al ejercer sus derechos. Esto nos llevó a identificar los problemas detectados y exponer las grandes diferencias que un usuario encontraría entre los derechos teóricos que el RGPD establece y la realidad cuando quiere ejercer estos derechos. Si queremos un marco sólido que ayude a generar confianza entre los usuarios, es importante trabajar para corregir las malas prácticas detectadas, sensibilizar a los usuarios y fomentar las buenas prácticas de los responsables del tratamiento.

En este sentido, propusimos una serie de recomendaciones para mejorar el ejercicio de los derechos de los interesados. El margen de mejora es amplio y ayudará a los usuarios a crear confianza con los proveedores. No obstante, la solución sería incompleta si se centrara únicamente en los derechos individuales y olvidara las implicaciones colectivas y la complejidad de la comprensión de las funcionalidades de los algoritmos.

En ese sentido, el monitoreo colectivo de este derecho, entendido ampliamente con el objetivo de construir sistemas automatizados transparentes, responsables y justos, es de suma importancia e implica un trabajo interdisciplinario entre ingenieros, expertos juristas, autoridades públicas, sociedad civil y responsables del tratamiento para proteger nuestros derechos fundamentales.

Sin perder de vista los beneficios que la innovación puede aportar, como sociedad es importante reabrir el debate sobre cómo proteger el papel de los medios de comunicación en el entorno en línea y establecer salvaguardias sólidas para comprobar el cumplimiento, corregir y prevenir los prejuicios así como las prácticas discriminatorias.

Bibliografía

Legislación

Unión Europea

Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, O.J.E.U., 2012, C 326/391, Art. 7 y 8.

Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, O.J.E.U., 2012, C 326/47, Art. 16.

Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos), E.U.O., 2016, L119/1.

Consejo de Europa

Convenio 108+, Convenio para la protección de las personas con respecto al tratamiento de datos personales.

Recommendation CM/Rec (2010) 13 and explanatory memorandum “the protection of individuals with regards to automatic processing of personal data in the context of profiling”.

Bélgica

Loi relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel, of 30 July 2018.

España

Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantías de los derechos digitales, BOE nº294 de 6 de diciembre de 2018.

Francia

LOI n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles.

Doctrina jurídica

WACHTER, S., MITTELSTADT, B., FLORIDI, L., *Why a right to explanation of automated Decision-Making does not exist in the General Data Protection Regulation*. International Data Privacy Law, 2017, Vol. 7, No. 2.

MALGIERI, G., COMANDÉ, G. *Why a right to legibility of automated decision-making exists in the General Data Protection Regulation*. International Data Privacy Law, 2017, Vol. 7, No. 4.

ARGYRO P. KARANASIOU & DIMITRIS A. PINOTSIS (2017) *A study into the layers of automated decision-making: emergent normative and legal aspects of deep learning*, International Review of Law, Computers & Technology, 31:2, 170-187.

FANDINNO, J., SCHULZ, C., *Answering the “why” in Answer Set Programming- A Survey of Explanation Approaches*. 21th September 2018

VEALE, M., EDWARDS, L., *Clarity, surprises, and further questions in the Article 29 Working Party draft guidance on automated decision-making and profiling*. Computer law & security review 34 (2018) 398–404.

AUSLOOS, J., ZAMAN, B., GEERTS, D., VALCKE, P., DEWITTE, P., *Algorithmic Transparency and Accountability in Practice*.

GOODMAN, B., FLAXMAN, S., *European Union regulations on algorithmic decision-making and a “right to explanation”*. 31 August 2016.

WACHTER, S., MITTELSTADT, B., RUSSELL, C., *Counterfactual explanations without opening the black box: automated decisions and the GDPR*. Harvard Journal of Law & Technology, 2018.

DOSHI-VELEZ, F., KORTZ, M., *Accountability of AI Under the Law: The*

Role of Explanation. 21th November 2017.

EDWARDS, L., VEALE, M., *Enslaving the Algorithm: From a "Right to an Explanation" to a "Right to Better Decisions"?* IEEE Security & Privacy. May/June 2018.

EDWARDS, L., VEALE, M., *Slave to the Algorithm? Why a "Right to an Explanation" is probably not the remedy you are looking for*, Duke Law & Technology Review 18 (2017).

HILDEBRANDT, M., *The New Imbroglia - Living with Machine Algorithms*. Vrije Universiteit Brussel 2016.

SANDVIG, C., HAMILTON, K., KARAHALIOS, K., LANGBORT, C., *Auditing Algorithms: Research Methods for Detecting Discrimination on Internet Platforms*. 2014.

SELBST, A.D., POWLES, J., *Meaningful information and the right to explanation*. International Data Privacy Law, 2017, Vol. 7, No. 4.

AUSLOOS, J., DEWITTE, P., *Shattering one-way mirrors – data subject access rights in practice*. International Data Privacy Law, 2018, Vol. 8, No. 1.

KAMINSKI, M.E., *The right to explanation, explained*. University of Colorado Law Legal Studies Research Paper No. 18-24.

VEDDER, A., NAUDTS, L., (2017) *Accountability for the use of algorithms in a big data environment*, International Review of Law, Computers & Technology, 31:2, 206-224.

RAPHAËL, G., DE VRIES, K., DE HERT, P., GUTWIRTH, S. *A Comparative Analysis of Anti-Discrimination and Data Protection Legislations*, in: Discrimination and Privacy in the Information Society: Data Mining and Profiling in Large Databases, Springer Berlin Heidelberg, Berlin, Heidelberg (2013), pp. 61-89.

SCHERMER, B. *Risks of Profiling and the Limits of Data Protection Law*, in: Discrimination and Privacy in the

Information Society: Data Mining and Profiling in Large Databases, Springer Berlin Heidelberg, Berlin, Heidelberg (2013), pp. 137-151.

HILDEBRANDT, M., GUTWIRTH, S. *Profiling the European Citizen: Cross-Disciplinary Perspectives* New York: Springer, 2008.

WAN KIM, T., ROUTLEDGE, B., *Algorithmic transparency, a right to explanation and trust*. June 2017.

MALGIERI, G., *Automated decision-making in the EU member States: The right to explanation and other "suitable safeguards" for algorithmic decisions in the EU national legislations*, Computer Law & Security Review: The International Journal of Technology Law and Practice, <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.05.002>.

GARCIN, F., ZHOU, K., FALTINGS, B., *Personalized News Recommendation Based on Collaborative Filtering*, International Conferences on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology, 2012.

LIU, J., DOLAN, P., RONBY PEDERSEN, E., *Personalized News Recommendation Based on Click Behaviour*, Google Inc.

ÖZGÖBEK, Ö., ATLE GULLA, J., CENK ERDUR, R., *A Survey on Challenges and Methods in News Recommendation*, Department of Computer and Information Science, NTNU and Department of Computer Engineering, Ege University.

SPAGNUELO, D., FERREIRA, A., LENZINI, G., *Accomplishing Transparency within the General Data Protection Regulation*, in Proceedings of the 5th International Conference on Information Systems Security and Privacy, pages 114-125.

TER HOEVE, M., SCHUTH, A., ODIJK, D., DE RIJKE, M., *Faithfully Explaining Rankings in a News Recommender System*, 14 May 2018.

MÖLLER, J., TRILLING, D., HELBERGER, N., VAN ES, B. (2018), *Do not blame it on the algorithm: an empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity*, Information, Communication & Society, 21:7, 957-977.

ADOMAVICIUS, G., BOCKSTEDT, J., CURLEY, S., ZHANG, J., *De-biasing user preference ratings in Recommender Systems*, 2014.

ANIL PATANKAR, A., BOSE, J., KHANNA, H., *A Bias Aware News Recommendation System*, Samsung R&D Institute, Bangalore, India.

MAZUR, J., *Right to Access Information as a Collective-Based Approach to the GDPR's Right to Explanation in European Law*, Erasmus Law Review December 2018, nº 3.

HELBERGER, N., (2019), *On the Democratic Role of News Recommenders*, Digital Journalism, DOI: 10.1080/21670811.2019.1623700.

TER HOEVE, M., HERUER, M., ODIJK, D., SCHUTH, A., SPITTERS, M., DE RIJKE, M., *Do New Consumers Want Explanation for Personalized News Rankings*. 2017.

HARAMBAM, J., HELBERGER, N., VAN HOBOKEN, J., 2018. Democratizing algorithmic news recommenders: how to materialize voice in a technologically saturated media ecosystem. *Phil. Trans. R. Soc. A* 376: 20180088.

CASEY, B., FARHANGI, A., VOGL, R., *Rethinking explainable machines: The GDPR's "Right to explanation" debate and the rise of algorithmic audits in enterprise*, 2019, DOI: <https://doi.org/10.15779/Z38M32N986>

PAPADIMITRIOU, A., SYMEONIDIS, P., MANOLOPOULOS, Y., *A generalized taxonomy of explanations styles for traditional and social recommender systems*, 2012, DOI 10.1007/s10618-011-0215-0.

Study by Prof. Federik Zuiderveen, *Discrimination, artificial intelligence, and algorithmic decision-making*, CoE, 2018.

Legislación no vinculante

Internacional

Declaration by the Committee of Ministers on the manipulative capabilities of algorithmic processes, adopted on 13 February 2019.

Unión Europea

Article 29 Working Party, Guidelines on consent under Regulation 2016/679, last revised on 10 April 2018, WP259 rev.01.

Article 29 Working Party, Guidelines on transparency under Regulation 2016/679, last revised and adopted on 11 April 2018, WP260 rev.01.

Article 29 Working Party, Guidelines on Automated individual decision-making and profiling for the purposes of Regulation 2016/679, last revised and adopted on 6 February 2018, WP251 rev.01.

Article 29 Working Party, Guidelines on Data Protection Impact Assessment (DPIA) and determining whether processing is "likely to result in a high risk" for the purposes of Regulation 2016/679, last revised and adopted on 4 October 2017, WP248 rev. 01.

CEPD, Guidelines 2/2019 on the processing of personal data under article 6(1)(b) GDPR in the context of the provision of online services to data subjects, adopted on 9 April 2019.

Communications from the Commission to the European Parliament and the Council COM(2019) 374 final, *Data protection rules as a trust-enabler in the EU and beyond- taking stock*, 24 July 2019.

OECD, *Recommendation of the Council on Artificial Intelligence*, OECD/LEGAL/0449, adopted 22 may 2019.

Documentos oficiales / publicaciones

Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), *Guía para el cumplimiento del deber de informar (guidelines to the fulfilment of the duty to inform)*.

<https://www.aepd.es/media/guias/guia-modelo-clausula-informativa.pdf>

European Parliament, *Artificial Intelligence: Potential Benefits and Ethical Considerations*, PE 571.380.

Council of Europe, European Union Agency for Fundamental Rights, *Handbook on European Data Protection Law* (EU Publications 2018).

ICO, *Big Data, AI, Machine Learning and Data, Protection* (ICO 4th September 2017. Version 2.2)

<<https://ico.org.uk/media/for-organisations/documents/2013559/big-data-ai-ml-and-data-protection.pdf> > accessed 14 november 2018.

ICO, *Feedback request – profiling and automated decision-making*

<<https://ico.org.uk/about-the-ico/ico-and-stakeholder-consultations/feedback-request-profiling-and-automated-decision-making/> > accessed 14 november 2018.

ICO, *How can humans keep the upper hand? The ethical matters raised by algorithms and artificial intelligence*, December 2017.

ICO, *Update report into adtech and real time bidding*, 20 June 2019.

High-Level Expert Group on Artificial Intelligence set up by the EC, *Ethics Guidelines for trustworthy AI*, 8 April 2019.

Eurobarometer Report 487a on the General Data Protection Regulation, published on June 2019.

<http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getsurveydetail/instruments/special/surveyky/2222>

G20 Ministerial Statement on Trade and Digital Economy, 9 June 2019
<https://g20trade->

digital.go.jp/dl/Ministerial_Statement_on_Trade_and_Digital_Economy.pdf

Webs

Wallace (N.), *“EU’s Right to Explanation: A Harmful Restriction on Artificial Intelligence”*, www.techzone360.com, 25th January 2017.

Ware (B.), *“Security Analytics and the GDPR’s ‘Right to Explanation’”*, <http://Haystax.com>, 26th February 2018.

The Legislation that targets the Racist impacts of tech, *The New York Times*, 7 May 2019

<https://www.nytimes.com/2019/05/07/opinion/tech-racism-algorithms.html#click=https://t.co/tytAUvnW9A>

Otros

HOGGAN, J., *Interrogating the algorithms*. *New Scientist*, 16th July 2016. Pag. 19.

COURTLAND, R., *The bias detectives*. *Nature*, 21th June 2018, vol. 558, Pag. 357-360.

LARUS, J., HAKIN, C., *Regulating automated decision-making*. *Informatics Europe and acm Europe council*. August 2018. Vol. 61 No.8.

European Digital Rights, *Comparison of the Parliament and Council Text on the General Data Protection Regulation*, European Digital Rights International 2016.

Comparison of the Parliament and Council text on the General Data Protection Regulation, EDRI, https://edri.org/files/EP_Council_Comparison.pdf

ICO website, right not to be subject to automated decision-making,

<https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/guide-to-law-enforcement-processing/individual-rights/right-not-to->

[be-subject-to-automated-decision-making/](#), access 15 July 2019.

Anexo I. El derecho a la explicación: cuadro con las disposiciones relevantes del RGPD & cuadro comparativo con la Directiva 95/46/EC

Fig 1. Disposiciones sobre el derecho a la explicación el en RGPD

DISPOSICIÓN	TEXTO
Considerando 71	<p>El interesado debe tener derecho a no ser objeto de una decisión, que puede incluir una medida, que evalúe aspectos personales relativos a él, y que se base únicamente en el tratamiento automatizado y produzca efectos jurídicos en él o le afecte significativamente de modo similar, como la denegación automática de una solicitud de crédito en línea o los servicios de contratación en red en los que no medie intervención humana alguna. Este tipo de tratamiento incluye la elaboración de perfiles consistente en cualquier forma de tratamiento de los datos personales que evalúe aspectos personales relativos a una persona física, en particular para analizar o predecir aspectos relacionados con el rendimiento en el trabajo, la situación económica, la salud, las preferencias o intereses personales, la fiabilidad o el comportamiento, la situación o los movimientos del interesado, en la medida en que produzca efectos jurídicos en él o le afecte significativamente de modo similar. Sin embargo, se deben permitir las decisiones basadas en tal tratamiento, incluida la elaboración de perfiles, si lo autoriza expresamente el Derecho de la Unión o de los Estados miembros aplicable al responsable del tratamiento, incluso con fines de control y prevención del fraude y la evasión fiscal, realizada de conformidad con las reglamentaciones, normas y recomendaciones de las instituciones de la Unión o de los órganos de supervisión nacionales y para garantizar la seguridad y la fiabilidad de un servicio prestado por el responsable del tratamiento, o necesario para la conclusión o ejecución de un contrato entre el interesado y un responsable del tratamiento, o en los casos en los que el interesado haya dado su consentimiento explícito. En cualquier caso, dicho tratamiento debe estar sujeto a las garantías apropiadas, entre las que se deben incluir la información específica al interesado y el derecho a obtener intervención humana, a expresar su punto de vista, a recibir una explicación de la decisión tomada después de tal evaluación y a impugnar la decisión. Tal medida no debe afectar a un menor.</p> <p>A fin de garantizar un tratamiento leal y transparente respecto del interesado, teniendo en cuenta las circunstancias y contexto específicos en los que se tratan los datos personales, el responsable del tratamiento debe utilizar procedimientos matemáticos o estadísticos adecuados para la elaboración de perfiles, aplicar medidas técnicas y organizativas apropiadas para garantizar, en particular, que se corrigen los factores que introducen inexactitudes en los datos personales y se reduce al máximo el riesgo de error, asegurar los datos personales de forma que se tengan en cuenta los posibles riesgos para los intereses y derechos del interesado y se impidan, entre otras cosas, efectos discriminatorios en las personas físicas por motivos de raza u origen étnico, opiniones políticas, religión o creencias, afiliación sindical, condición genética o estado de salud u orientación sexual,</p>

	o que den lugar a medidas que produzcan tal efecto. Las decisiones automatizadas y la elaboración de perfiles sobre la base de categorías particulares de datos personales únicamente deben permitirse en condiciones específicas. ¹⁰⁸
Artículo 12.1	El responsable del tratamiento tomará las medidas oportunas para facilitar al interesado toda información indicada en los artículos 13 y 14, así como cualquier comunicación con arreglo a los artículos 15 a 22 y 34 relativa al tratamiento, en forma concisa, transparente, inteligible y de fácil acceso, con un lenguaje claro y sencillo , en particular cualquier información dirigida específicamente a un niño. La información será facilitada por escrito o por otros medios, inclusive, si procede, por medios electrónicos. Cuando lo solicite el interesado, la información podrá facilitarse verbalmente siempre que se demuestre la identidad del interesado por otros medios. ¹⁰⁹
Artículo 12.2	El responsable del tratamiento facilitará al interesado el ejercicio de sus derechos en virtud de los artículos 15 a 22. En los casos a que se refiere el artículo 11, apartado 2, el responsable no se negará a actuar a petición del interesado con el fin de ejercer sus derechos en virtud de los artículos 15 a 22, salvo que pueda demostrar que no está en condiciones de identificar al interesado. ¹¹⁰
Artículo 13.2 (f) – cuando los datos personales se obtengan del interesado	Además de la información mencionada en el apartado 1, el responsable del tratamiento facilitará al interesado, en el momento en que se obtengan los datos personales , la siguiente información necesaria para garantizar un tratamiento de datos leal y transparente : f) la existencia de decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles, a que se refiere el artículo 22, apartados 1 y 4, y, al menos en tales casos, información significativa sobre la lógica aplicada, así como la importancia y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para el interesado. ¹¹¹
Artículo 14.2 (g) – cuando los datos personales no se hayan obtenido del interesado	Además de la información mencionada en el apartado 1, el responsable del tratamiento facilitará al interesado la siguiente información necesaria para garantizar un tratamiento de datos leal y transparente respecto del interesado: g) la existencia de decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles, a que se refiere el artículo 22, apartados 1 y 4, y, al menos en tales casos, información significativa sobre la lógica aplicada, así como la importancia y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para el interesado. ¹¹²

¹⁰⁸ Énfasis añadido.¹⁰⁹ Énfasis añadido.¹¹⁰ Énfasis añadido.¹¹¹ Énfasis añadido.¹¹² Énfasis añadido.

Artículo 15.1 (h) – Derecho de acceso del interesado	<p>El interesado tendrá derecho a obtener del responsable del tratamiento confirmación de si se están tratando o no datos personales que le conciernen y, en tal caso, derecho de acceso a los datos personales y a la siguiente información:</p> <p>h) la existencia de decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles, a que se refiere el artículo 22, apartados 1 y 4, y, al menos en tales casos, información significativa sobre la lógica aplicada, así como la importancia y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para el interesado.¹¹³</p>
Artículo 22 – Decisiones individuales automatizadas, incluida la elaboración de perfiles	<ol style="list-style-type: none"> 1. Todo interesado tendrá derecho a no ser objeto de una decisión basada únicamente en el tratamiento automatizado, incluida la elaboración de perfiles, que produzca efectos jurídicos en él o le afecte significativamente de modo similar. 2. El apartado 1 no se aplicará si la decisión: <ol style="list-style-type: none"> a) es necesaria para la celebración o la ejecución de un contrato entre el interesado y un responsable del tratamiento; b) está autorizada por el Derecho de la Unión o de los Estados miembros que se aplique al responsable del tratamiento y que establezca asimismo medidas adecuadas para salvaguardar los derechos y libertades y los intereses legítimos del interesado, o c) se basa en el consentimiento explícito del interesado. 3. En los casos a que se refiere el apartado 2, letras a) y c), el responsable del tratamiento adoptará las medidas adecuadas para salvaguardar los derechos y libertades y los intereses legítimos del interesado, como mínimo el derecho a obtener intervención humana por parte del responsable, a expresar su punto de vista y a impugnar la decisión. 4. Las decisiones a que se refiere el apartado 2 no se basarán en las categorías especiales de datos personales contempladas en el artículo 9, apartado 1, salvo que se aplique el artículo 9, apartado 2, letra a) o g), y se hayan tomado medidas adecuadas para salvaguardar los derechos y libertades y los intereses legítimos del interesado.¹¹⁴

¹¹³ Énfasis añadido.

¹¹⁴ Énfasis añadido.

Fig 2. Comparación del RGPD con la Directiva 95/46/EC

ANÁLISIS	DIRECTIVA 95/46/EC	RGPD
<p>En el considerando 71 se hace referencia a más salvaguardias. No sólo la lógica, sino una explicación de la decisión tomada. También se refiere a medidas para prevenir los posibles efectos discriminatorios.</p>	<p>Considerando 41 Considerando que cualquier persona debe disfrutar del derecho de acceso a los datos que le conciernan y sean objeto de tratamiento, para cerciorarse, en particular, de su exactitud y de la licitud de su tratamiento; que por las mismas razones cualquier persona debe tener además el derecho de conocer la lógica que subyace al tratamiento automatizado de los datos que la conciernan, al menos en el caso de las decisiones automatizadas a que se refiere el apartado 1 del artículo 15; que este derecho no debe menoscabar el secreto de los negocios ni la propiedad intelectual y en particular el derecho de autor que proteja el programa informático; que no obstante esto no debe suponer que se deniegue cualquier información al interesado;</p>	<p>Considerando 71 (...) En cualquier caso, dicho tratamiento debe estar sujeto a las garantías apropiadas, entre las que se deben incluir la información específica al interesado y el derecho a obtener intervención humana, a expresar su punto de vista, a recibir una explicación de la decisión tomada después de tal evaluación y a impugnar la decisión. Tal medida no debe afectar a un menor.</p> <p>A fin de garantizar un tratamiento leal y transparente respecto del interesado, teniendo en cuenta las circunstancias y contexto específicos en los que se tratan los datos personales, el responsable del tratamiento debe utilizar procedimientos matemáticos o estadísticos adecuados para la elaboración de perfiles, aplicar medidas técnicas y organizativas apropiadas para garantizar, en particular, que se corrigen los factores que introducen inexactitudes en los datos personales y se reduce al máximo el riesgo de error, asegurar los datos personales de forma que se tengan en cuenta los posibles riesgos para los intereses y derechos del interesado y se impidan, entre otras cosas, efectos discriminatorios en las personas físicas por motivos de raza u origen étnico, opiniones políticas, religión o creencias, afiliación sindical, condición genética o estado de salud u orientación sexual, o que den lugar a medidas que produzcan tal efecto. Las decisiones automatizadas y la elaboración de perfiles sobre la base de categorías</p>

		particulares de datos personales únicamente deben permitirse en condiciones específicas.
<p>Las disposiciones del RGPD contienen no sólo el conocimiento de la lógica utilizada, sino también "información significativa" y la importancia y las consecuencias previstas de dicho tratamiento.</p> <p>Se hace más hincapié en los principios de lealtad y transparencia.</p>	<p>Artículo 12. Derecho de acceso</p> <p>Los Estados miembros garantizarán a todos los interesados el derecho de obtener del responsable del tratamiento:</p> <p>a) libremente, sin restricciones y con una periodicidad razonable y sin retrasos ni gastos excesivos:</p> <p>- el conocimiento de la lógica utilizada en los tratamientos automatizados de los datos referidos al interesado, al menos en los casos de las decisiones automatizadas a que se refiere el apartado 1 del artículo 15;</p>	<p>Artículos 13.2 (f), 14.2 (g) & 15.1(h)¹¹⁵</p> <p>Además de la información mencionada en el apartado 1, el responsable del tratamiento facilitará al interesado, en el momento en que se obtengan los datos personales, la siguiente información necesaria para garantizar un tratamiento de datos leal y transparente:</p> <p>f) la existencia de decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles, a que se refiere el artículo 22, apartados 1 y 4, y, al menos en tales casos, información significativa sobre la lógica aplicada, así como la importancia y las consecuencias previstas de dicho tratamiento para el interesado</p>
<p>El GDPR, añade "de modo similar" para que tenga un efecto similar al efecto jurídico.</p> <p>En cuanto a las excepciones, se añade del consentimiento explícito del sujeto de los datos.</p> <p>En cuanto a las garantías, encontramos no sólo para expresar su punto de vista,</p>	<p>Artículo 15. Decisiones individuales automatizadas</p> <p>1. Los Estados miembros reconocerán a las personas el derecho a no verse sometidas a una decisión con efectos jurídicos sobre ellas o que les afecte de manera significativa, que se base únicamente en un tratamiento automatizado de datos destinado a evaluar determinados aspectos de su personalidad, como su rendimiento laboral, crédito, fiabilidad, conducta, etc.</p> <p>2. Los Estados miembros permitirán, sin perjuicio de lo dispuesto en los demás artículos</p>	<p>Artículo 22. Decisiones individuales automatizadas, incluida la elaboración de perfiles</p> <p>1. Todo interesado tendrá derecho a no ser objeto de una decisión basada únicamente en el tratamiento automatizado, incluida la elaboración de perfiles, que produzca efectos jurídicos en él o le afecte significativamente de modo similar.</p> <p>2. El apartado 1 no se aplicará si la decisión:</p> <p>a) es necesaria para la celebración o la ejecución de un contrato entre el interesado y un responsable del tratamiento;</p> <p>b) está autorizada por el Derecho de la Unión o de los Estados miembros que se aplique al responsable</p>

¹¹⁵ Para una mejor comparación, el texto corresponde al artículo 13.2 f), sabiendo que la redacción de la letra f) es la misma para los demás artículos.

sino también para obtener la intervención humana y para impugnar la decisión.

de la presente Directiva, que una persona pueda verse sometida a una de las decisiones contempladas en el apartado 1 cuando dicha decisión:

- a) se haya adoptado en el marco de la celebración o ejecución de un contrato, siempre que la petición de celebración o ejecución del contrato presentada por el interesado se haya satisfecho **o que existan medidas apropiadas, como la posibilidad de defender su punto de vista, para la salvaguardia de su interés legítimo; o**
- b) esté autorizada por una ley que establezca medidas que garanticen el interés legítimo del interesado.

del tratamiento y que establezca asimismo medidas adecuadas para salvaguardar los derechos y libertades y los intereses legítimos del interesado, o

- c) **se basa en el consentimiento explícito** del interesado.

3. En los casos a que se refiere el apartado 2, letras a) y c), el responsable del tratamiento adoptará las **medidas adecuadas para salvaguardar los derechos y libertades y los intereses legítimos del interesado, como mínimo el derecho a obtener intervención humana por parte del responsable, a expresar su punto de vista y a impugnar la decisión.**

4. Las decisiones a que se refiere el apartado 2 no se basarán en las categorías especiales de datos personales contempladas en el artículo 9, apartado 1, salvo que se aplique el artículo 9, apartado 2, letra a) o g), y se hayan tomado medidas adecuadas para salvaguardar los derechos y libertades y los intereses legítimos del interesado.¹¹⁶

¹¹⁶ Énfasis añadido.

Anexo II. Resultados del estudio

Fig 1. Sede de los proveedores que forman parte del estudio empírico (UE, EE.UU. y Canadá)

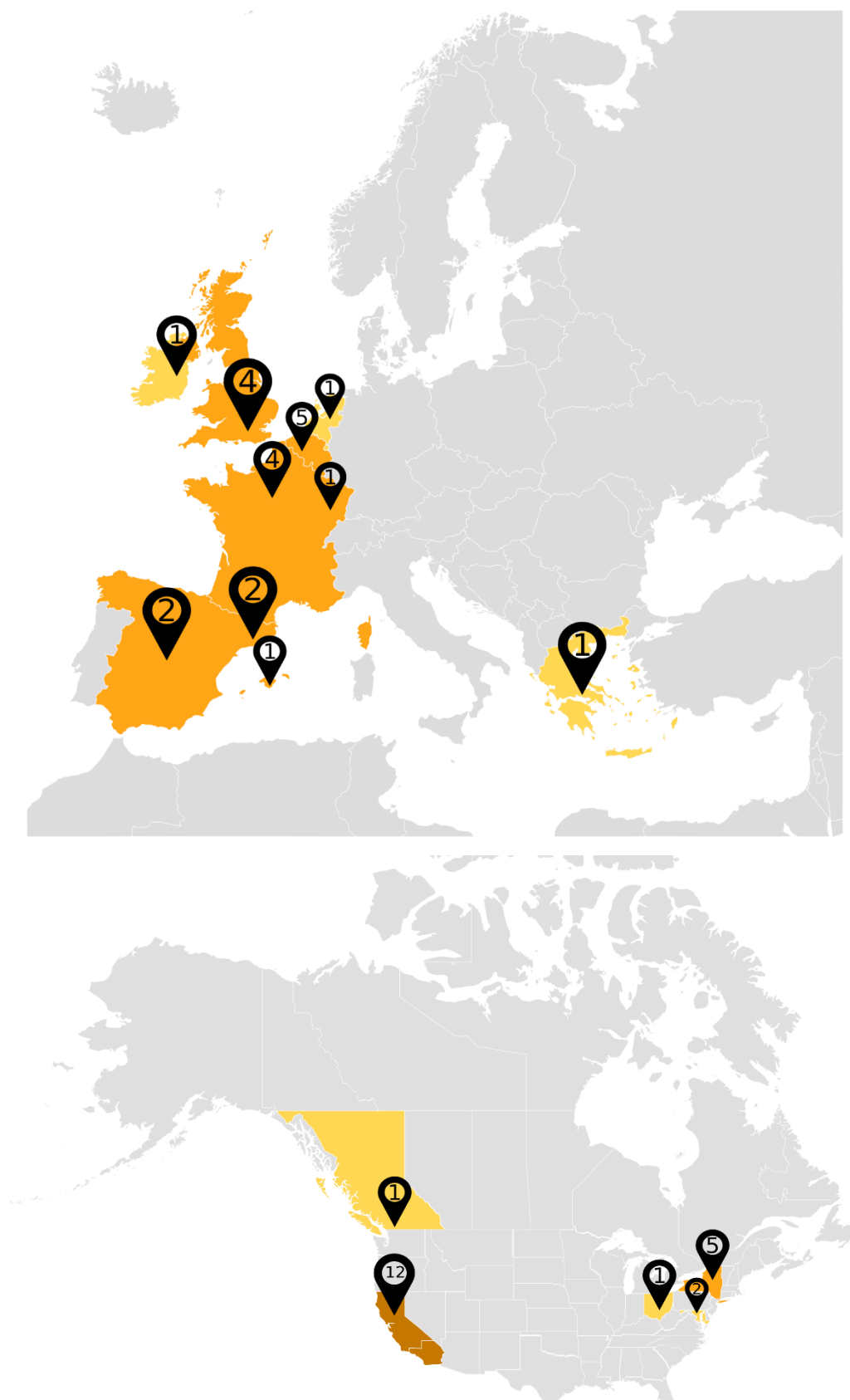


Fig 2. Sector de los proveedores de servicios en línea parte del estudio empírico

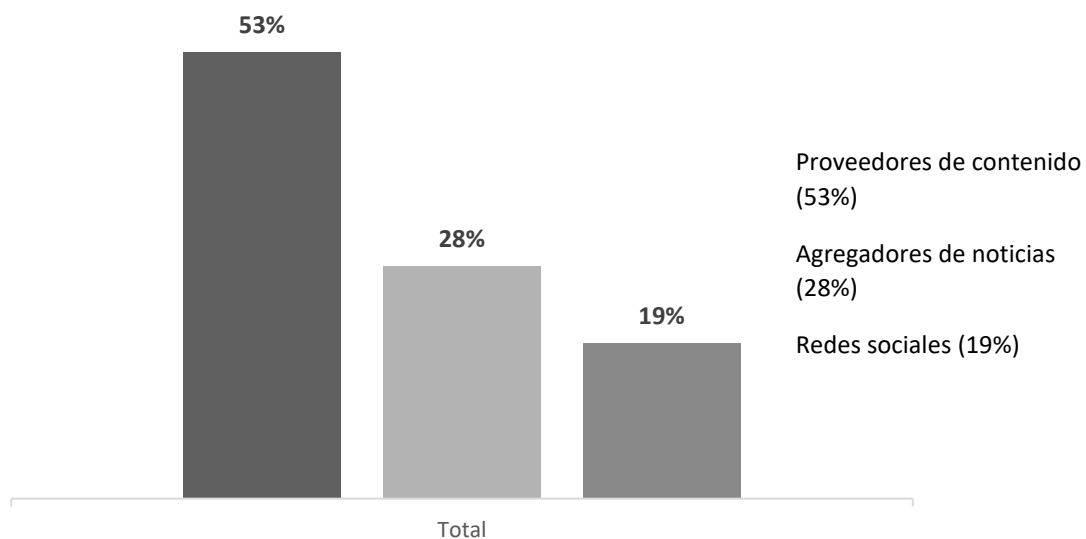


Fig 3. Datos necesarios para darse de alta en el servicio

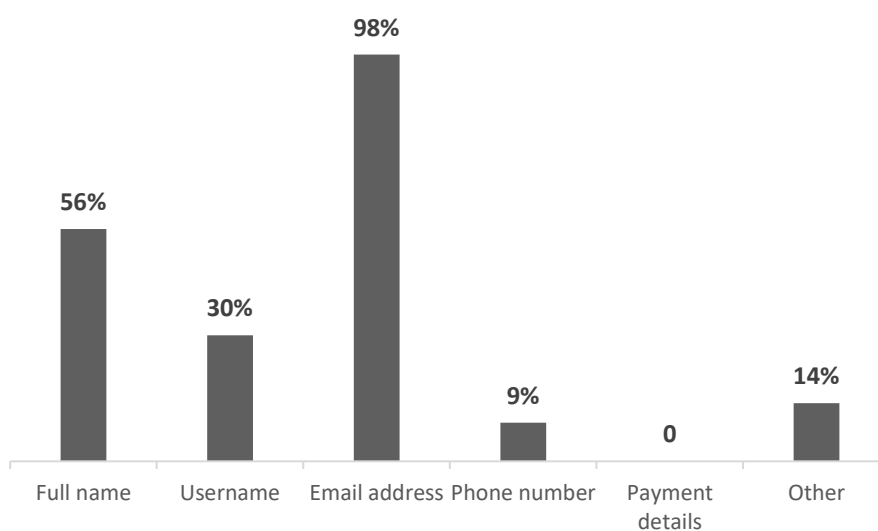


Fig 4. Número de clics/pantallas que se necesitan para ir de la página de inicio a la política de privacidad

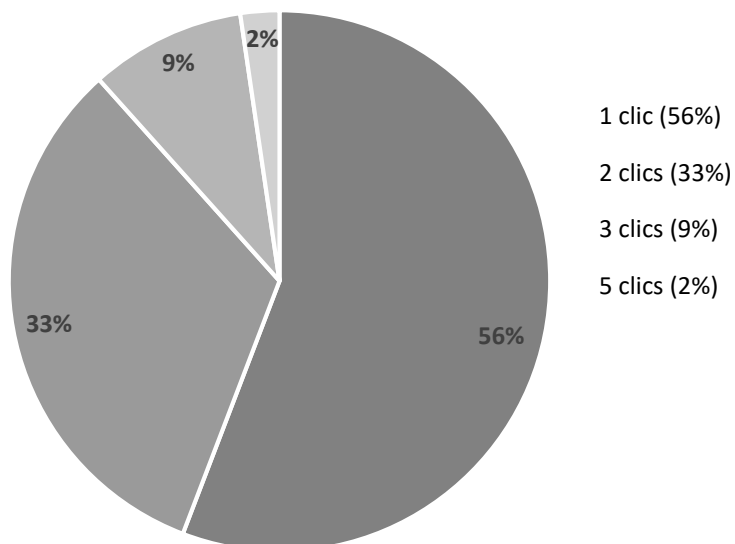


Fig 5. Evaluación fácil/difícil del proceso de búsqueda de la política de privacidad

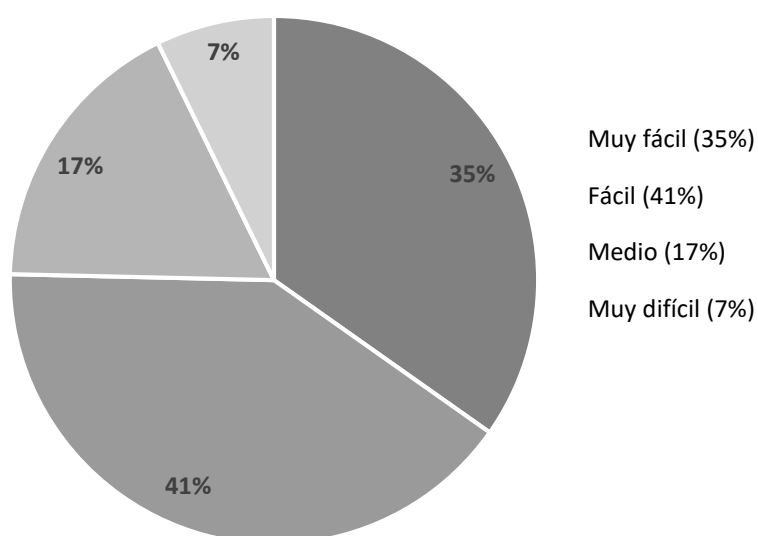


Fig 6. Si la política de privacidad es un documento separado o parte de otro documento

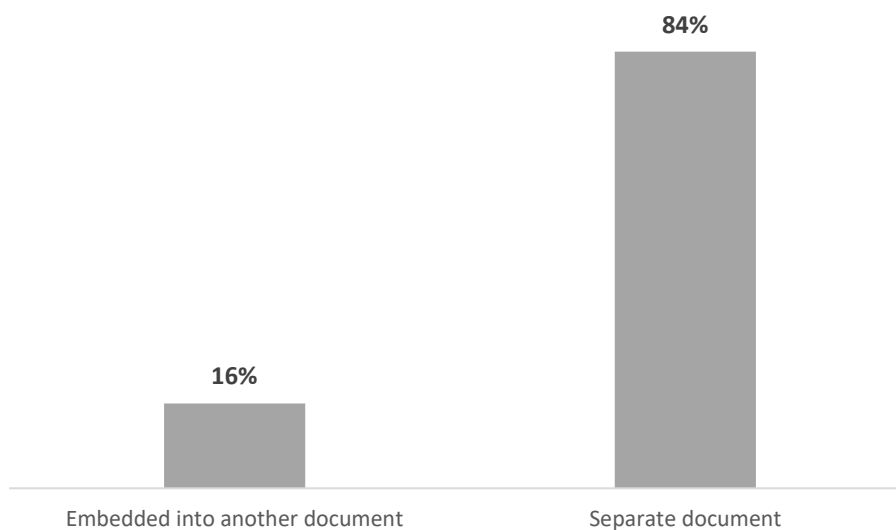


Fig 7. Número de palabras de las políticas de privacidad, incluida la política de cookies

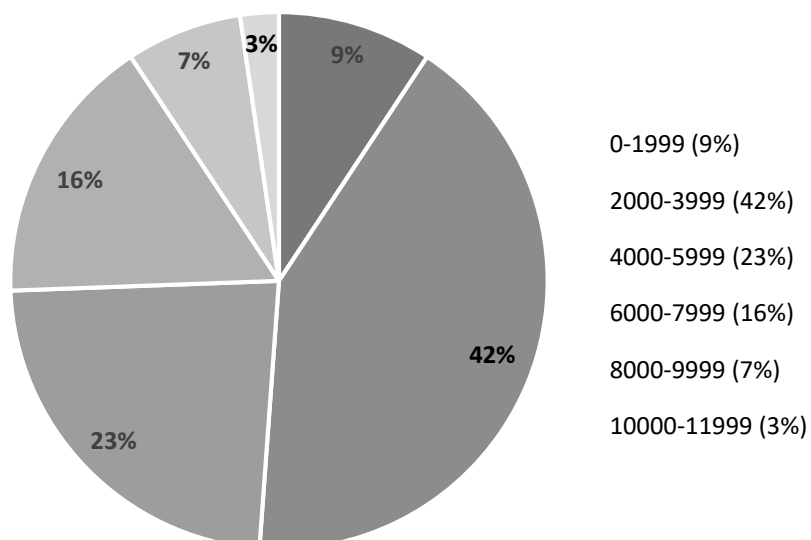
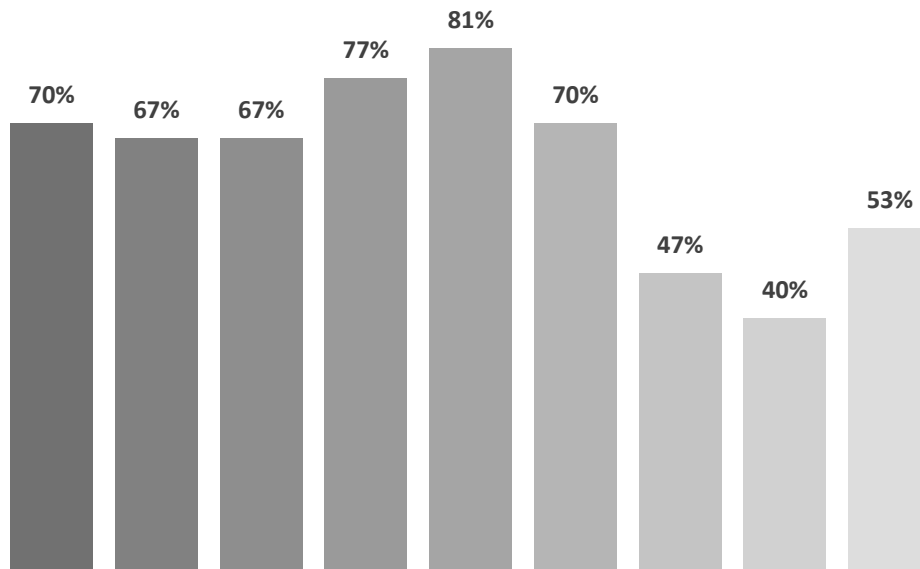
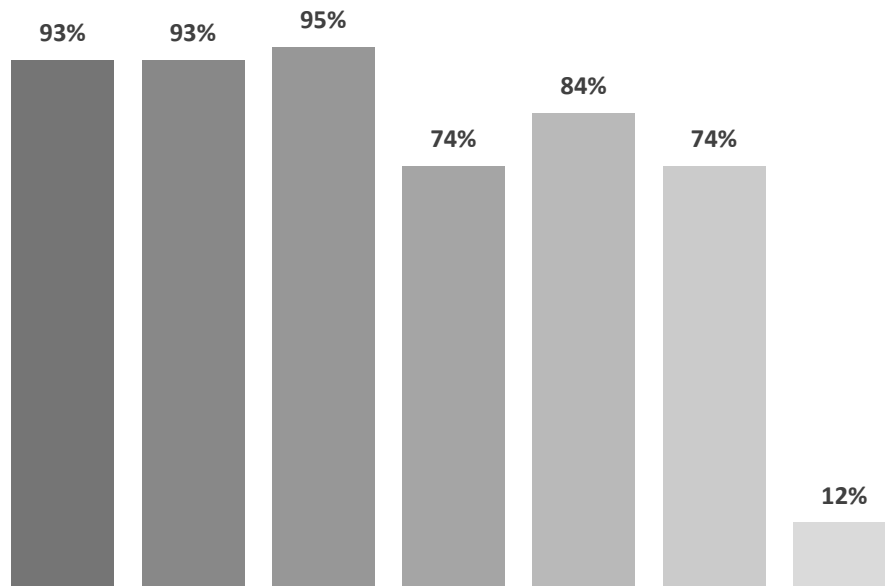


Fig 8. Evaluar si la política de privacidad contiene los siguientes elementos



- Cuando el tratamiento se base en la letra f) del apartado 1 del artículo 6, los intereses legítimos perseguidos por el responsable del tratamiento o por un tercero (70 %).
- Cuando el tratamiento se base en la letra a) del apartado 1 del artículo 6 o en la letra a) del apartado 2 del artículo 9, la existencia del derecho a retirar el consentimiento en cualquier momento (67%).
- Los destinatarios o categorías de destinatarios de los datos personales, si los hubiere (67%)
- Detalles sobre las posibles transferencias de datos a terceros países (77%)
- El período de retención o, si esto no es posible, los criterios utilizados para determinar dicho período (81%).
- Derecho a presentar una denuncia ante una autoridad supervisora (70%)
- Si la disposición de la DP es un requisito legal o contractual, o un requisito necesario para celebrar un contrato, así como si el SD está obligado a proporcionar los datos personales y las posibles consecuencias de no proporcionarlos (47%).
- Las categorías de datos personales que no se han obtenido directamente del interesado (40%).
- Para los datos que no se hayan obtenido directamente de los interesados, la fuente de la que proceden y, en su caso, si proceden de fuentes accesibles al público (53%).

Fig 9. Evaluar si los derechos de los interesados se mencionan en la política de privacidad.



- La existencia del derecho de acceso (93%)
- La existencia del derecho de rectificación (93%)
- La existencia del derecho a la supresión (95%)
- La existencia del derecho a la restricción de tratamiento (74%)
- La existencia del derecho de oposición (84%)
- La existencia del derecho a la portabilidad de los datos (74%)
- La existencia del derecho a no ser objeto de una decisión basada únicamente en el tratamiento automatizado, incluida la elaboración de perfiles, que produzca efectos jurídicos en él o le afecte de significativamente de modo similar (12%).

Fig 10. Si la política de privacidad reconoce o niega explícitamente la existencia de un sistema automatizado de toma de decisiones y/o de un sistema de recomendación de noticias (es decir, el hecho de que organiza dinámicamente el contenido de las noticias sobre la base de ciertos parámetros).

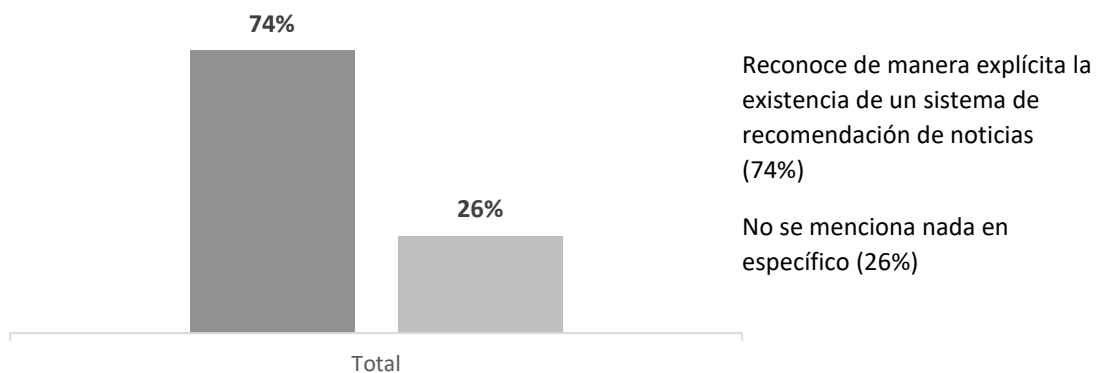


Fig 11. Si la política de privacidad reconoce o niega explícitamente la existencia de la toma de decisiones automatizada

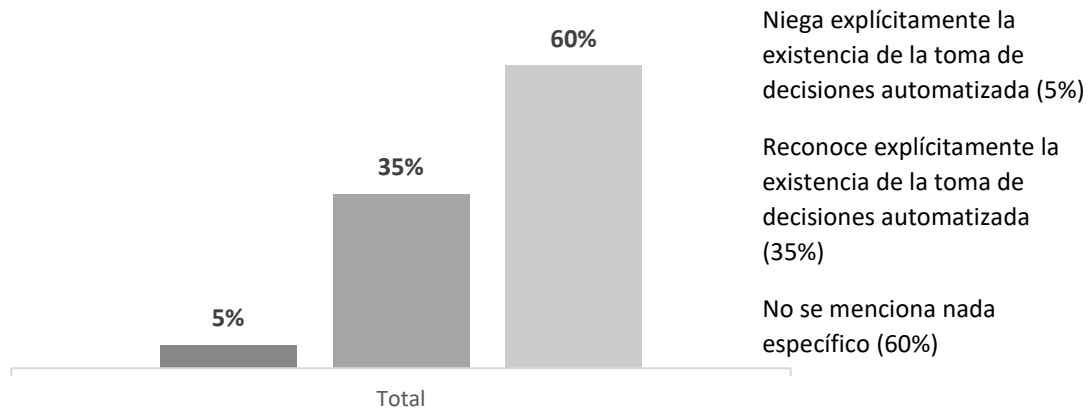


Fig 12. Si la política de privacidad reconoce o niega explícitamente que su sistema de recomendación de noticias constituye una toma de decisiones automatizada

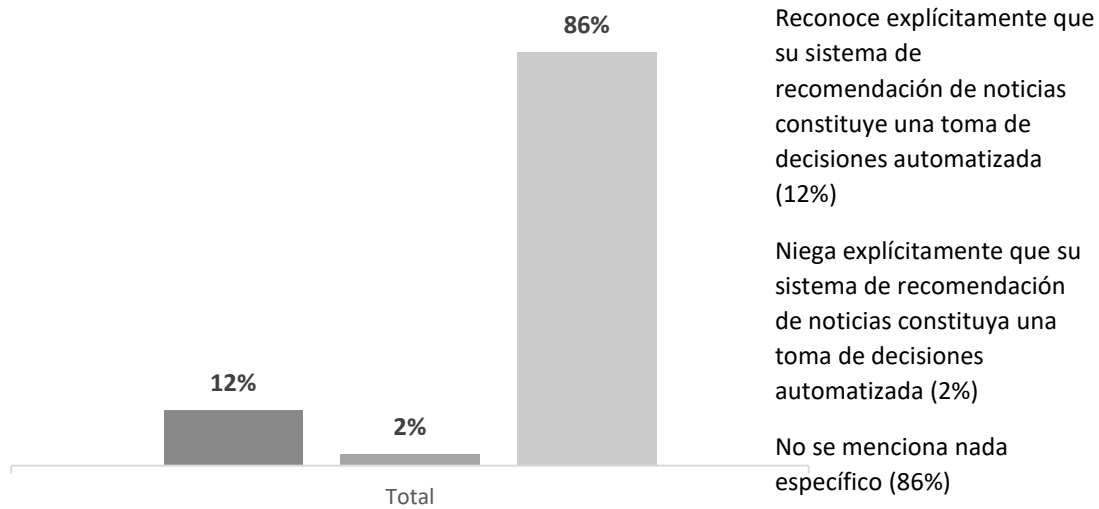


Fig 13. Días entre la solicitud inicial y la primera respuesta no automatizada

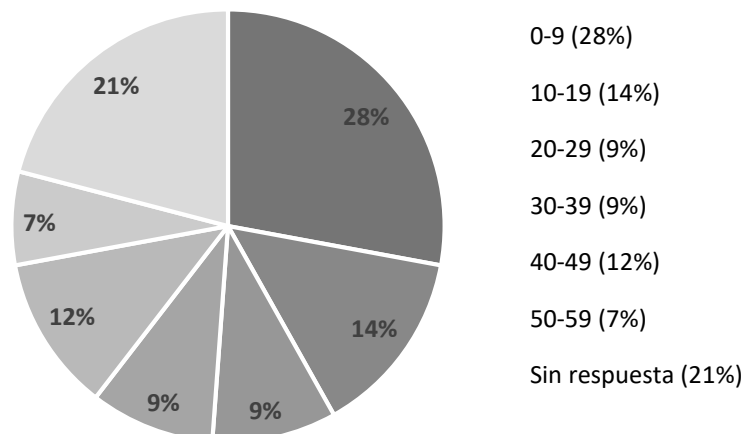
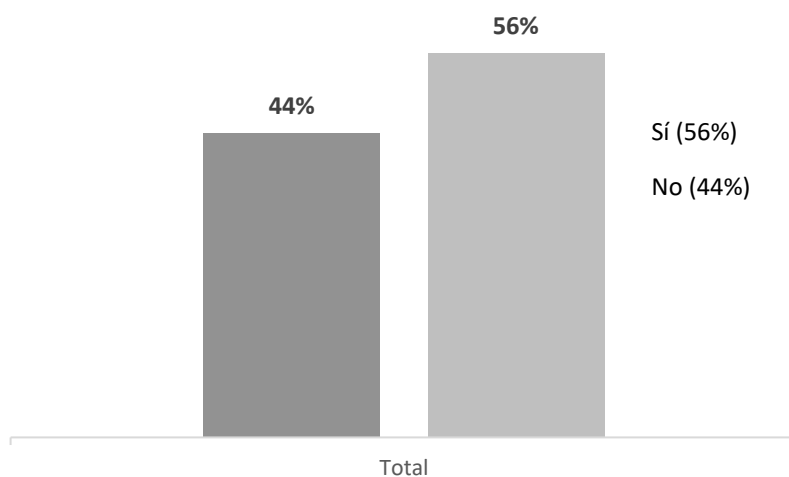


Fig 14. Si tuvimos que enviar recordatorios antes de recibir la primera respuesta no automatizada y cuántos recordatorios



En caso afirmativo, ¿cuántos recordatorios?

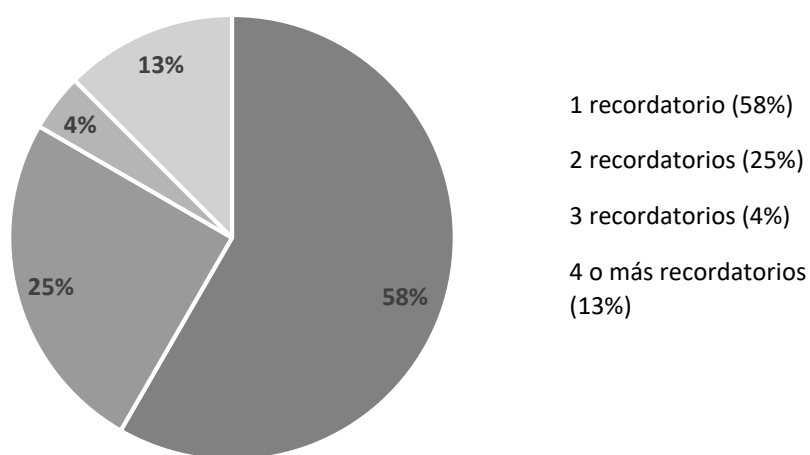
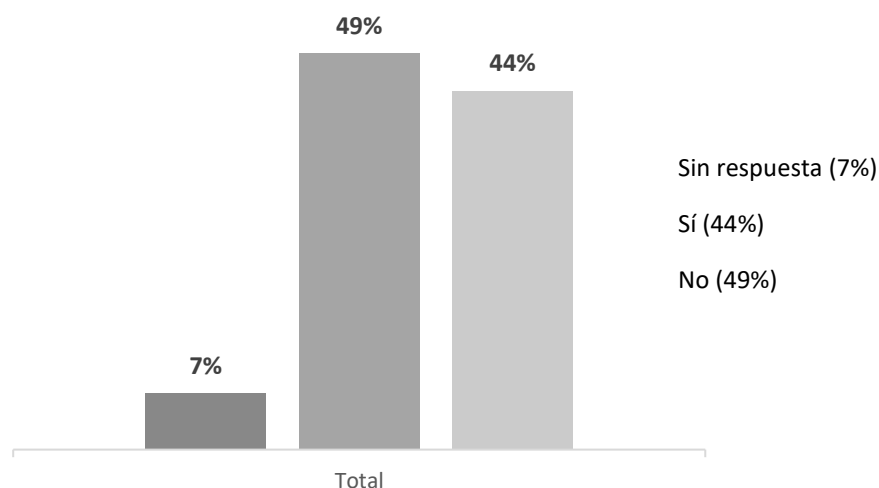
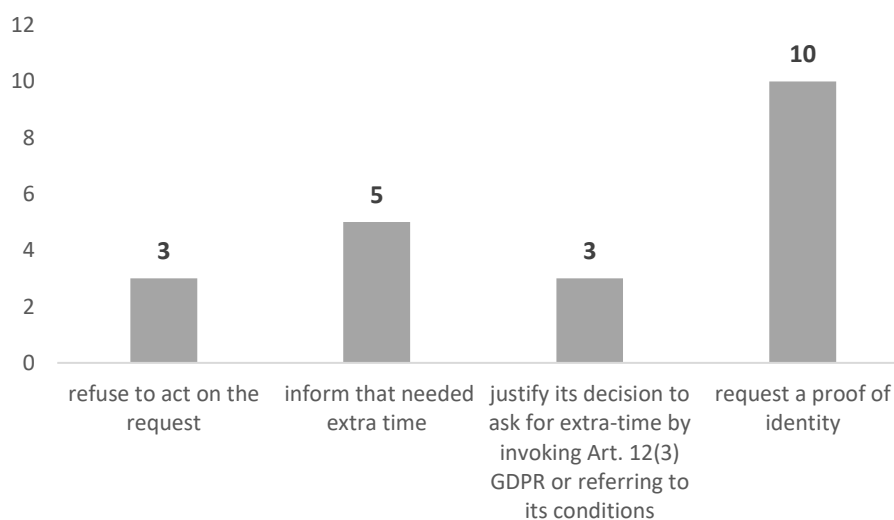


Fig 15. Si después de haber recibido la primera respuesta no automatizada, el proveedor de servicios plantea cualquier obstáculo antes de abordar nuestra solicitud y cual



En caso afirmativo, ¿cuáles son los obstáculos?¹¹⁷



¹¹⁷ Algunos proveedores levantaron más de un obstáculo.

Fig 16. Si, previa solicitud, el proveedor de servicios intenta proporcionar cualquier tipo de información sobre la lógica aplicada, así como sobre la importancia y las consecuencias previstas del sistema de recomendación de noticias para los interesados.

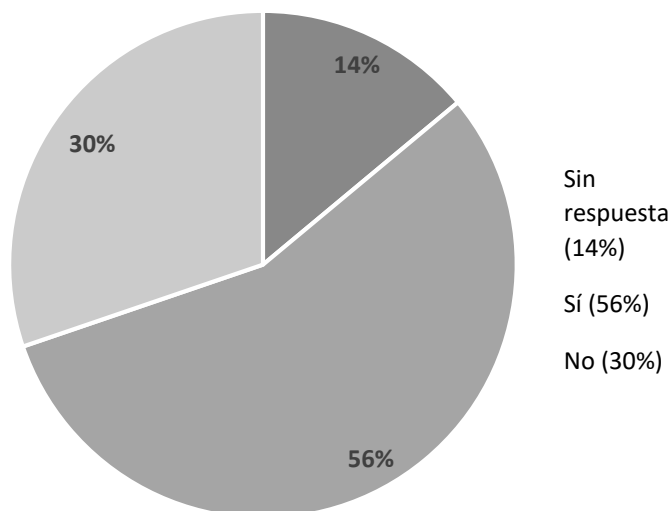


Fig 17. Días entre la solicitud inicial y la primera respuesta sustantiva (es decir, la primera respuesta que realmente intentó dar una explicación).

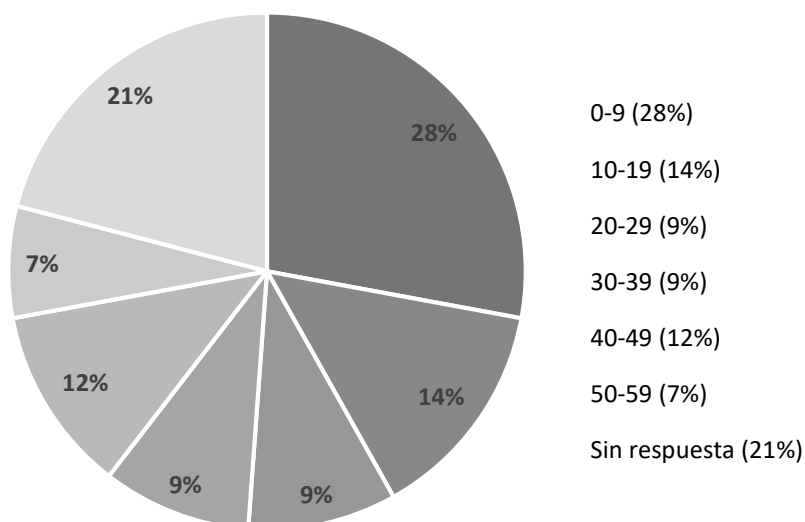


Fig 18. Días entre la solicitud inicial y la respuesta final (es decir, la respuesta que se consideró más satisfactoria antes del final del estudio, o la última antes del final del estudio).

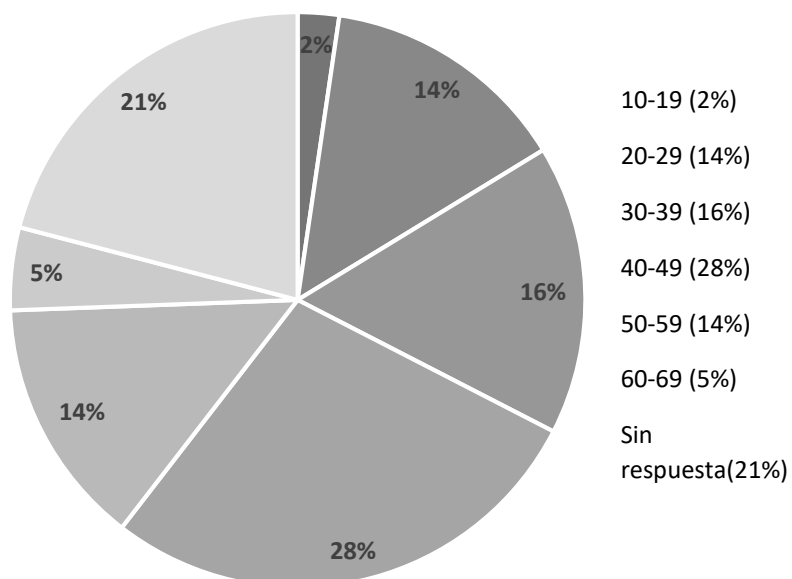
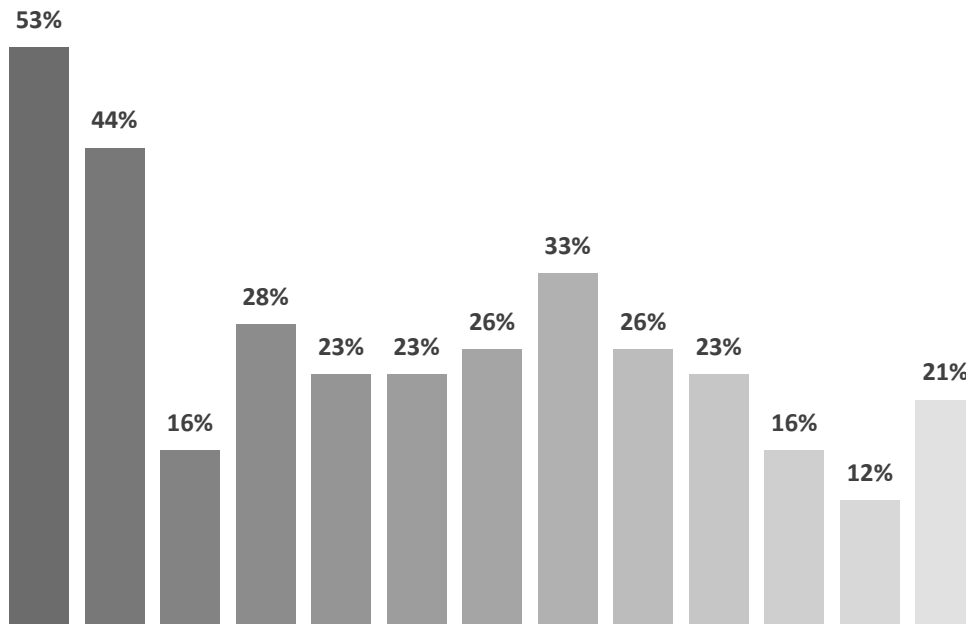


Fig 19. Cumplimiento del artículo 15 del RGPD



- Confirmación del tratamiento de sus datos personales (53%)
- Los datos personales reales que se están procesando (44%)
- Las finalidades del tratamiento de sus datos personales (16%)
- Las categorías de datos personales en cuestión, en relación con usted (28%)
- Los destinatarios o categorías de destinatarios a los que se han revelado o se revelarán sus datos personales, en particular los destinatarios en terceros países u organizaciones internacionales (23%).
- El período de conservación de sus datos personales o, si esto no es posible, los criterios utilizados para determinar dicho período (23%).
- La existencia del derecho de rectificación del interesado (26%)
- La existencia del derecho de cancelación del interesado (33%)
- La existencia del derecho del interesado a la restricción de tratamiento (26%)
- La existencia de un derecho de oposición del interesado (23%)
- Derecho a presentar una denuncia ante una autoridad supervisora (16%)
- En los casos en que no se recogen datos personales, cualquier información sobre su origen (12%).
- En caso de traslado a un tercer país, información sobre las salvaguardias adecuadas (21%).

Anexo III. Ejemplo de respuestas de los proveedores ¹¹⁸

Fig 1. Proveedores que rechazan el hecho de que personalicen el contenido



¹¹⁸ En cuanto a los proveedores que contesten en un idioma que no sea el español, se proporcionará una traducción debajo de cada correo electrónico.

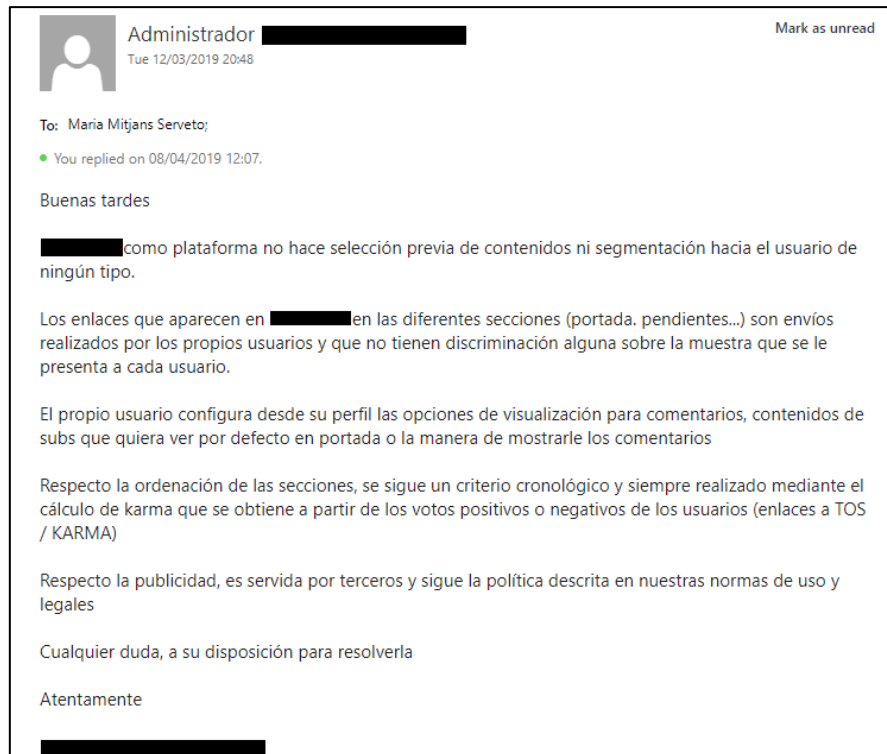
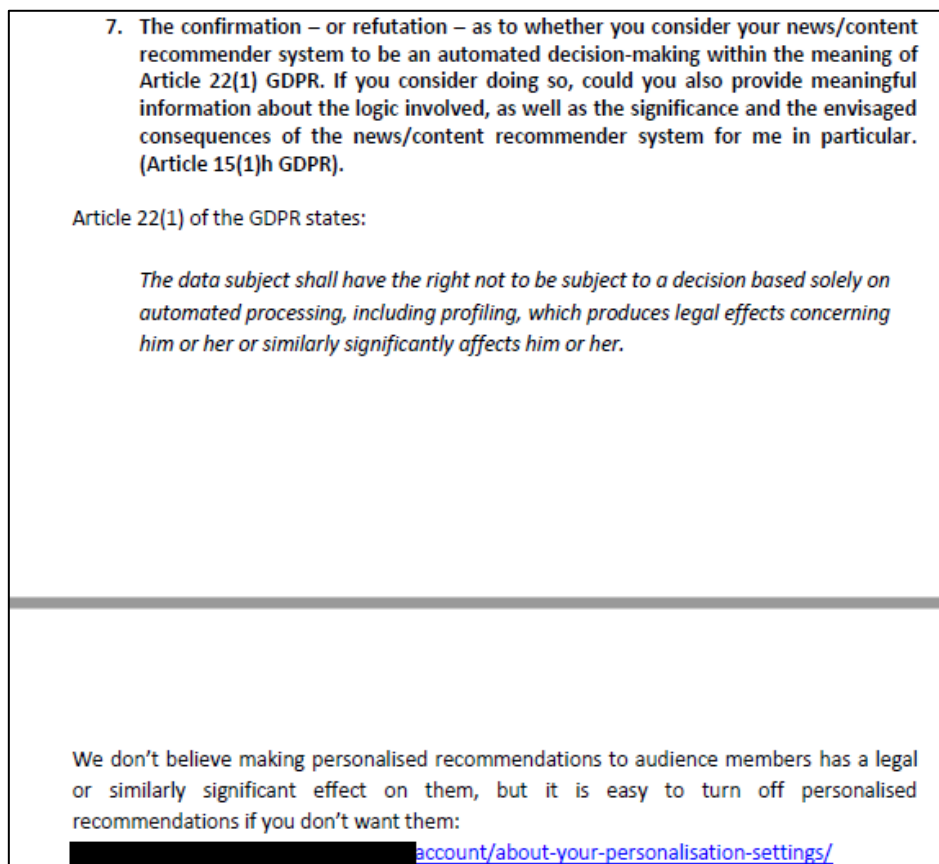


Fig 2. Proveedores que reconocen que toman decisiones automatizadas, pero no en el sentido del artículo 22 del RGPD



La confirmación - o refutación - de si usted considera su recomendador de noticias/contenido que sea un sistema de una toma de decisiones automatizada en el sentido de Artículo 22(1) RGPD. Si lo considera así, ¿podría también proporcionar información significativa sobre la lógica aplicada, así como sobre la importancia y el alcance previsto consecuencias del sistema de recomendación de noticias/contenidos para mí en particular (Artículo 15(1)h del RGPD).

El artículo 22(1) del RGPD establece:

El interesado tendrá derecho a no ser objeto de una decisión basada únicamente en el tratamiento automatizado, incluida la elaboración de perfiles, que produzca efectos jurídicos en él o le afecte significativamente de modo similar.

No creemos que hacer recomendaciones personalizadas a los miembros de la audiencia tenga un carácter legal. o un efecto similarmente significativo en ellos, pero es fácil de desactivar la personalización si no la quieres:

Hello,

Thank you for contacting us.

Regarding your inquiry about recommended [REDACTED] ads and content, as previously stated, we try to serve you relevant ads and content based on your interest, which might include your online browsing behavior and [REDACTED] watch history. Regarding recommended content, please check [this video to learn more about recommended content](#) as well as [this website to remove recommended content from home](#).

Regarding [REDACTED] videos, you can also [view, delete, or pause your \[REDACTED\] watch history](#). Whether you are signed in or not, the ads you see are based on the content of the videos you've viewed.

Further, [REDACTED] does not consider the processing conducted in the context of personalization to fall within the scope of Art 22. [REDACTED] makes information available to users about its advertising services and the technology it uses in advertising on this Privacy Policy [page](#) under 'Advertising' on the left hand navigation menu. You have controls and can review your ads settings and where you can opt-out of personalized ads or adjust the interest categories for which you receive ads (see here: [https://\[REDACTED\]settings/u/0/ads/authenticated](https://[REDACTED]settings/u/0/ads/authenticated)). Additionally, users can see the ads that they've interacted with and delete records in MyActivity when a user selects Item View: Filter by [REDACTED] product "Ads" (see: [https://\[REDACTED\]item?product=27](https://[REDACTED]item?product=27)).

Hola,

Gracias por contactarnos.

En lo que respecta a su consulta sobre los anuncios y contenidos recomendados de XXXX, como se ha indicado anteriormente, intentamos mostrarle anuncios y contenidos relevantes en función de su interés, lo que podría incluir su comportamiento de navegación en línea y el historial de seguimiento de XXXX. En cuanto al contenido recomendado, por favor, consulte este vídeo para obtener más información sobre el contenido recomendado, así como este sitio web para eliminar el contenido recomendado de su página de inicio.

Con respecto a los vídeos de XXXX, también puede ver, eliminar o pausar el historial de visionado de XXXXX. Tanto si has iniciado sesión como si no, los anuncios que ves se basan en el contenido de los vídeos que has visto.

Además, XXXX no considera que el tratamiento realizado en el contexto de la personalización esté comprendido en el ámbito de aplicación del artículo 22. XXXX pone a disposición de los usuarios información sobre sus servicios publicitarios y la tecnología que utiliza en la publicidad en esta página de la Política de privacidad, en el apartado "Publicidad" del menú de navegación de la izquierda. Usted tiene controles y puede revisar la configuración de sus anuncios y puede

optar por no recibir anuncios personalizados o ajustar las categorías de interés para las que recibe anuncios (consulte aquí: <https://XXXXXXXsettings/u/0/ads/authenticated>). Además, los usuarios pueden ver los anuncios con los que han interactuado y eliminar registros en MyActivity cuando un usuario selecciona Vista de elementos: Filtrar por producto de XXXXXX "Ads" (ver: <https://myactivity.XXXXXXX/item?product=27>).

Decisiones automatizadas de sus datos personales:

Aunque nuestro tratamiento de perfilación de contenidos implica la toma de decisiones automatizadas, no lo hace en el sentido del artículo 22 del RGPD.

6. La confirmación -o refutación- de si usted se considera a sí mismo tomando una decisión automatizada en el sentido del Artículo 22(1) GDPR. Si considera hacerlo, ¿podría también detallar qué tipo de toma de decisiones automatizada y proporcionar información significativa sobre la lógica implicada, así como la importancia y las consecuencias previstas de dicho procesamiento para mí en particular? (Artículo 15(1)h del GDPR).

Le informamos de que no se toman decisiones automatizadas en los términos establecidos en el artículo 22 del RGPD.

7. La confirmación -o refutación- de si considera que su sistema de recomendación de noticias/contenido es una toma de decisiones automatizada en el sentido del artículo 22(1) GDPR. Si considera hacerlo, ¿podría también proporcionarnos información significativa sobre la lógica implicada, así como sobre la importancia y las consecuencias previstas del sistema de recomendación de noticias/contenidos para mí en particular? (Artículo 15(1)h del GDPR).

Tal y como le informamos en el punto anterior, no se toman decisiones automatizadas en los términos establecidos en el artículo 22 del RGPD.

Fig 3. Proveedores que solicitan identificación o más información antes de procesar la solicitud

Sra. María Mitjans Serveto

maria.mitjansserveto@student.kuleuven.be

Estimada Sra.,

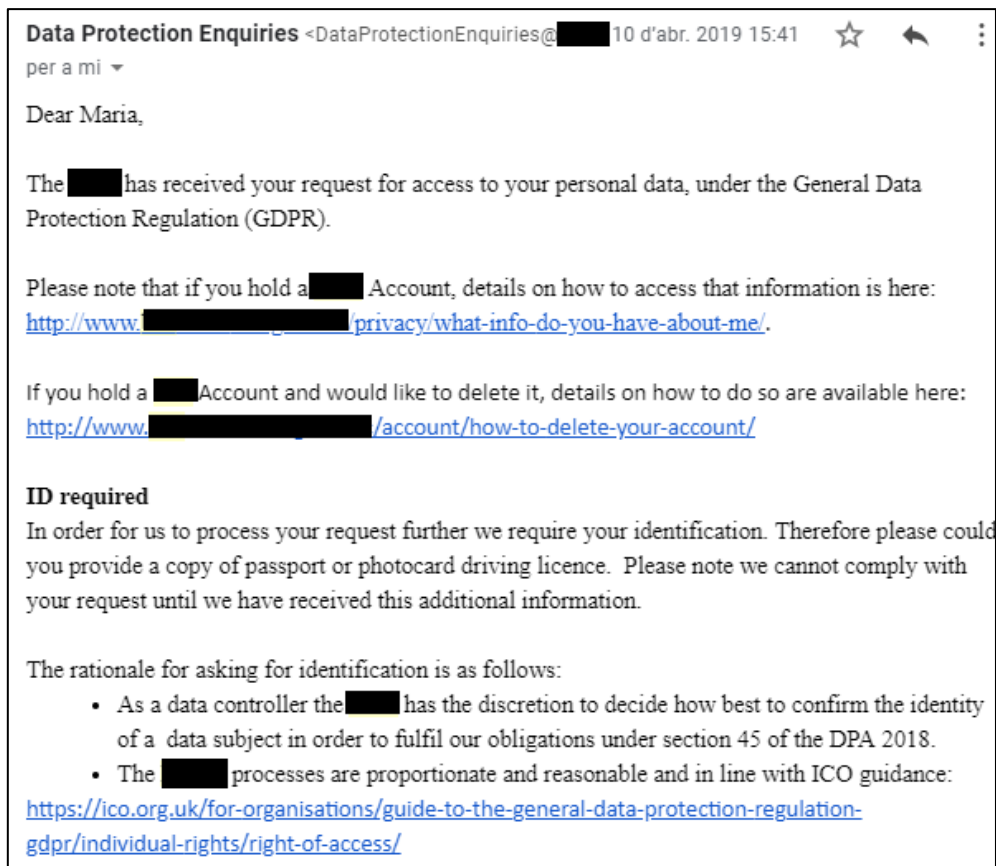
Para atender su solicitud en conformidad con REGLAMENTO (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento General de Protección de Datos. RGPD) es necesario que nos remita una identificación, preferentemente una copia digitalizada de su Documento Nacional de Identidad.

Quedamos a su entera disposición para cualquier aclaración que precise.

Muy cordialmente,

██████████

██████████ 15 de marzo de 2019



Querida María,

La XXXX ha recibido su solicitud de acceso a sus datos personales, de conformidad con el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

Tenga en cuenta que si es titular de una cuenta de la XXXX, los detalles sobre cómo acceder a esa información se encuentran aquí: <http://XXXXXXXXX/privacy/what-info-do-you-have-about-me/>

Si es titular de una cuenta de la XXXX y desea eliminarla, encontrará más información sobre cómo hacerlo aquí: <http://XXXXXXXXX/account/how-to-delete-your-account/>

Se requiere identificación

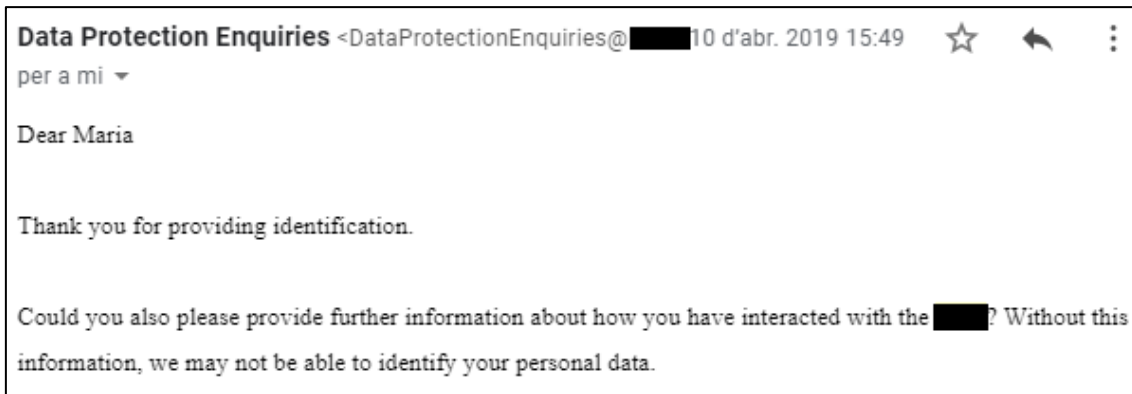
Para que podamos procesar su solicitud, necesitamos su identificación. Por lo tanto, le rogamos que nos facilite una copia del pasaporte o del permiso de conducir con fotografía. Tenga en cuenta que no podemos cumplir con su solicitud hasta que hayamos recibido esta información adicional.

La razón para pedir la identificación es la siguiente:

-Como responsable del tratamiento de datos, XXXX tiene la facultad discrecional de decidir cuál es la mejor manera de confirmar la identidad de un interesado a fin de cumplir con las obligaciones que le incumben en virtud del artículo 45 de la DPA de 2018.

-Los procesos de la XXXX son proporcionados y razonables y se ajustan a las orientaciones de la ICO:

<https://XXXXX/guide-to-the-general-data-protection-regulation-gdpr/individual-rights/right-of-access/>

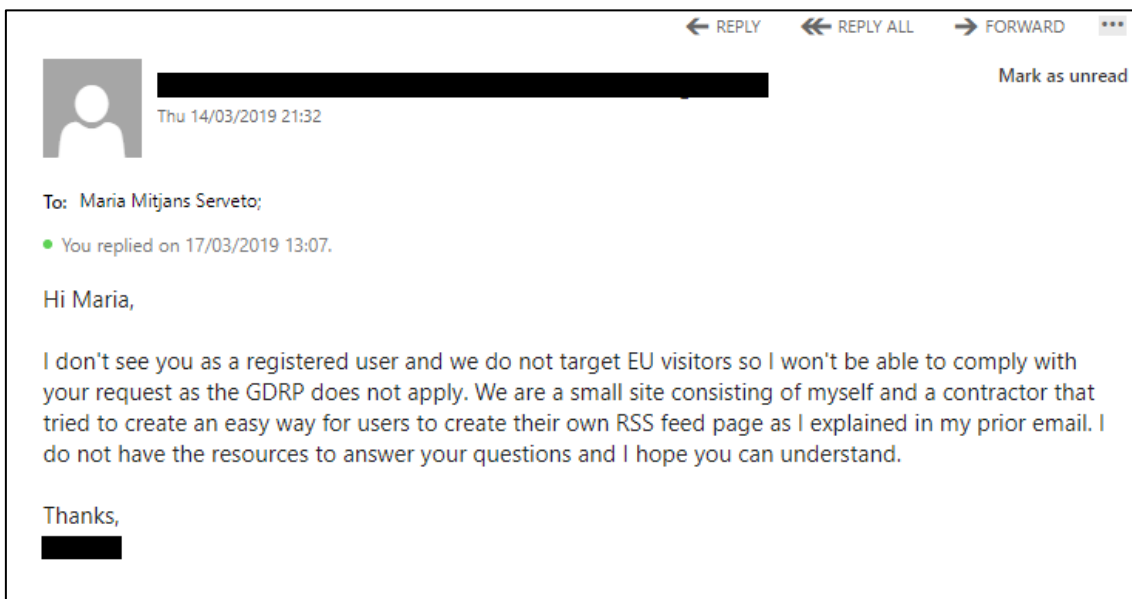


Querida María

Gracias por proporcionarnos su identificación.

¿Podría también proporcionarnos más información sobre cómo ha interactuado con XXXX? Sin esta información, es posible que no podamos identificar sus datos personales.

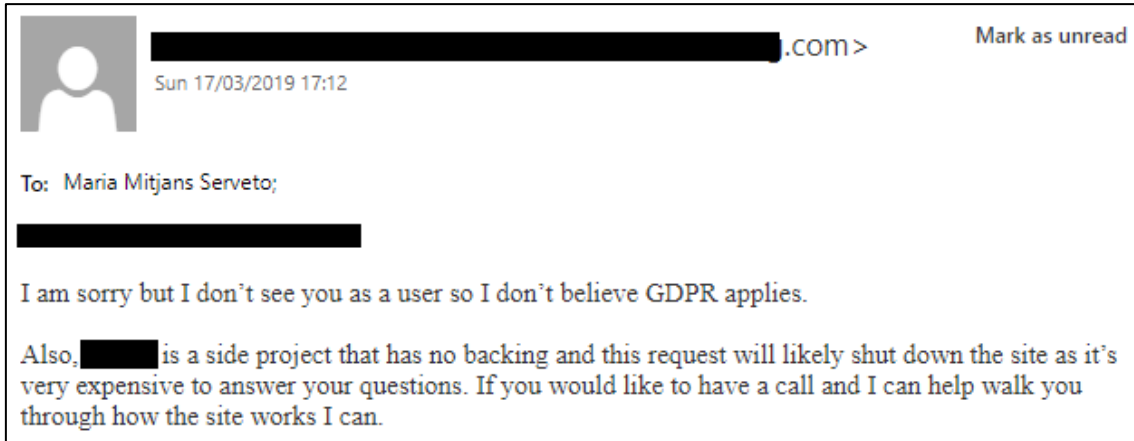
Fig 4. Los responsables del tratamiento que responden que consideran que el RGPD no les es aplicable



Hola María,

No la veo como un usuario registrado y no nos dirigimos a los usuarios de la UE, por lo que no podré cumplir con su solicitud ya que el RGPD no se aplica. Somos un pequeño sitio web que consiste en yo misma y un contratista que trató de crear una manera fácil para los usuarios de crear su propia página de *feed* RSS como expliqué en mi correo electrónico anterior. No tengo los recursos para responder a sus preguntas y espero que pueda entenderlo.

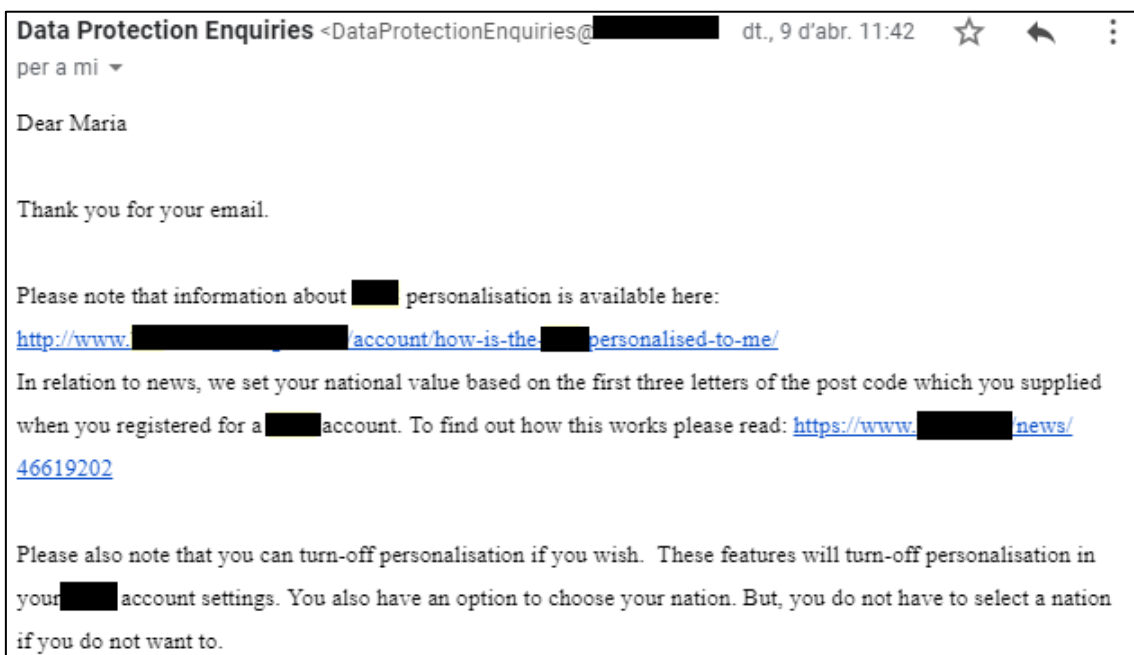
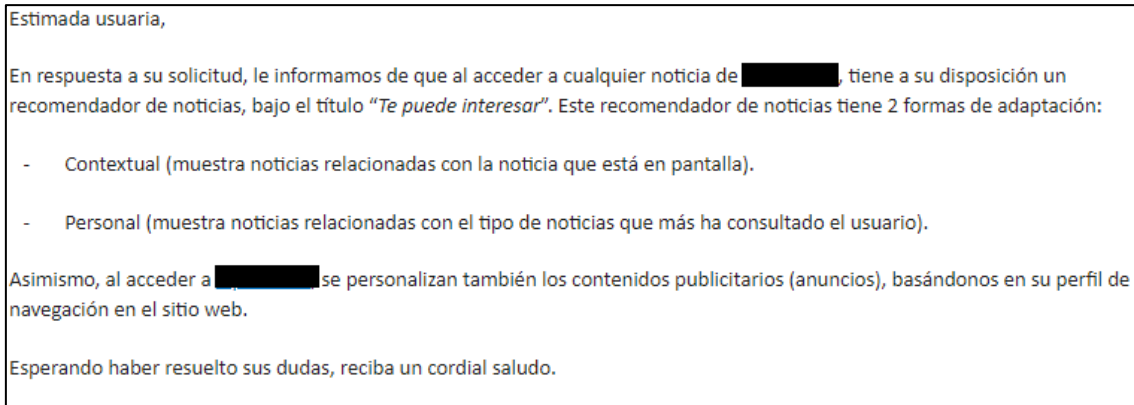
Gracias,



Lo siento, pero no la veo registrada como un usuario, así que no creo que el RGPD se aplique.

Además, XXXXX es un proyecto secundario que no tiene respaldo y esta solicitud probablemente cerrará el sitio ya que es muy costoso responder a sus preguntas. Si quiere podemos mantener una conversación telefónica y yo puedo ayudarle a explicarle cómo funciona el sitio.

Fig 5. Ejemplo de las primeras explicaciones recibidas por el proveedor



Querida María

Gracias por su correo electrónico.

Tenga en cuenta que la información sobre la personalización de XXXX está disponible aquí:

<http://XXXXX/account/how-isXXXXpersonalised-to-me/>

En relación con las noticias, fijamos su valor nacional en base a las tres primeras letras del código postal que nos proporcionó cuando se registró en una cuenta de XXXX, para saber cómo funciona, por favor, lea: <https://XXXXX/news/46619202>

En resposta a la seva petició passo a informar-la del següent:

El portal de la [REDACTED] ofereix continguts personalitzats a través d'un mòdul disponible només en l'entorn web (no està disponible encara ni a les aplicacions mòbils ni a les televisions connectades, però s'està treballant per oferir una experiència personalitzada en tots els productes de la [REDACTED]).

En general, la resta de l'oferta de continguts que ofereix és igual per a tothom (excepte en el cas de continguts amb drets que depenen de la geolocalització de l'usuari). La recomanació personalitzada actualment només està disponible per a aquells usuaris que naveguin havent iniciat sessió a la web després d'haver-se donat d'alta en el registre de la [REDACTED] i d'haver acceptat la política de tractament de dades. En conseqüència, si un usuari navega de manera anònima (sense loginar-se o en mode incògnit) no rebrà recomanacions personalitzades.

Els continguts que recomanem són vídeos de programes d'entreteniment, d'informatius, de divulgació i sèries. En termes generals, recomanem programes sencers, tot i que en aquells casos en què no tinguem disponible el programa sencer, podem recomanar talls d'un programa.

El sistema de recomanació utilitza una base de filtre col·laboratiu (https://es.wikipedia.org/wiki/Filtrado_colaborativo) amb algunes regles específiques donada la naturalesa dels continguts de la [REDACTED] i del seu cicle de vida, però sempre es basa en el consum fet pels usuaris. No està basat en perfils d'usuari ni té en compte les seves dades sociodemogràfiques.

Consta de dues parts:

- Recomanacions basades en el que consumeixen el conjunt dels nostres usuaris. És a dir, els programes que tenen més audiència són més recomanables que els que tenen menys audiència. La informació del que consumeixen els usuaris que naveguen de manera anònima es recull a través de cookies. Però com s'explica a la "política de privacitat i cookies" de la web, aquesta informació és anonimitzada, és a dir, no recollim la IP d'aquests usuaris, només el seu consum. El consum de dispositius que no accepten cookies o naveguen en mode incògnit no es té en compte en el recomanador de continguts.
- Recomanacions basades en el que consumeix el propi usuari, quan navega loginat. És a dir, una part de les recomanacions que veu cada usuari estan basades en el seu propi consum. Aquesta informació sí que queda associada a cada usuari en concret i s'utilitza, per exemple, per no recomanar un contingut que ja s'ha vist o per mostrar el següent capítol d'una sèrie que està visionant aquest usuari.

Per tant, els continguts que finalment es recomanen a cada usuari són fruit d'aquestes dues variables, a més de tot un seguit de paràmetres que ajuden a ajustar el resultat. Per exemple, si un contingut recomanat passa un determinat temps sense que l'usuari el cliqui, s'entén que no li interessa i va baixant de posicions en el mòdul de recomanats.

En respuesta a su petición paso a informarle de lo siguiente:

El portal de XXXX ofrece contenidos personalizados a través de un módulo disponible solo en el entorno web (no está disponible aún ni en las aplicaciones móviles ni en las televisiones conectadas, pero se está trabajando para ofrecer una experiencia personalizada en todos los productos de la XXXX).

En general, el resto de la oferta de contenidos que ofreces es igual para todo el mundo (excepto en el caso de contenidos con derechos que dependen de la localización del usuario). La recomendación personalizada actualmente solo está disponible para aquellos usuarios que naveguen habiendo iniciado sesión en la web después de haberse dado de alta en el registro de XXXX y de haber aceptado la política y proceso de los datos. En consecuencia, si un usuario navega de manera anónima (sin hacer login o en modo incógnito) no recibirá recomendaciones personalizadas.

Los contenidos que recomendamos son videos de programas de entretenimiento, de informativos, de divulgación y series. En términos generales, recomendamos programas enteros, aunque en aquellos casos en los que no tengamos disponible el programa entero, podemos recomendar cortes de un programa.

El sistema de recomendación utiliza un filtro colaborativo con algunas reglas específicas dada la naturaleza de los contenidos de XXXX i de su ciclo de vida, pero siempre se basa en el consumo hecho por los usuarios. No está basado en perfilados de usuario ni tiene en cuenta sus datos sociodemográficos.

Consta de dos partes:

- Recomendaciones basadas en los que consumen el conjunto de nuestros usuarios. Es decir, los programas que tienen más audiencia son más recomendados que los que tienen menos audiencia. La información del que consumen los usuarios que navegan de manera anónima se recoge a través de cookies. Pero tal y como se explica en la "política de privacidad y cookies" de la web, esta información es anonimizada, es decir, no recogemos la IP de estos usuarios, solo su consumo. El consumo de los dispositivos que no acepten cookies o naveguen en modo incógnito no se tiene en cuenta en el recomendador de contenidos.
- Recomendaciones basadas en el consumo del propio usuario, cuando navega con login. Es decir, una parte de las recomendaciones que ve cada usuario están basadas en su propio consumo. Esta información sí que queda asociada a cada usuario concreto y se utiliza, por ejemplo, por no recomendar un contenido que ya se había visto o por mostrar el siguiente capítulo de una serie que está visionando este usuario.

Por tanto, los contenidos que finalmente se recomiendan a cada usuario son fruto de estas dos variables, además de una serie de parámetros que ayudan a ajustar el resultado. Por ejemplo, si un contenido recomendado pasa un determinado tiempo sin que el usuario clique en él, se entiende que no le interesa y va bajando de posición en el módulo de recomendados.

The information you seek may already be available to you via a number of secure online tools we provide to all users to access their data. [redacted] gives you an overview of the ways you use [redacted] services, and the data associated with that use. From that page you can also [review your basic account information](#), [see what data is in your account \(via myactivity, \[redacted\] and Dashboard\)](#), review settings for sharing data with third party apps and sites, and use our dedicated tool (accessible via [redacted] Account page) to [Download Your Data](#), back it up, or move it to another service.

Logged-in users can directly access these tools via the Account Menu, accessible via the standard [redacted] header on many of our core consumer products, by clicking on their [redacted] Account profile picture or username in the upper right hand corner of the user interface and then clicking on "Privacy" or "[redacted] Account" links.

Users must log-in to their account to access these tools to verify the user's right to access the data and to ensure that personal information is not disclosed to the wrong person.

We are committed to being clear about what information we collect and how we use it. You can find details of our commitments in our [Privacy Policy](#) [redacted] [privacy/](#) and at [privacy.\[redacted\].com/your-data.html](#), along with explanations of the types of information we collect, how it is collected, why we collect it, how it is used and when it is shared.

We also provide users with various settings to control sharing and use of their data via [redacted] Account and Dashboard, such as the ability to review and manage [permissions](#) for the entities with whom data is shared via the 'Connected applications and sites' tab in [redacted] Dashboard ([https://\[redacted\].com/settings/security/permissions](#)).

Depending on the products you use, there may be additional settings available via the user interface of the specific products. The overview section of our Privacy Policy contains a [Product Privacy Guide](#) [redacted] [policies/technologies/product-privacy/](#), which provides users with an easily accessible resource for product-specific privacy information, controls and settings for many of [redacted] core consumer products, including [redacted] and others.

We designed these tools to be easily understandable and usable by everyone. If there is any further detail you require that you can't find via our tools, please visit our [Privacy Troubleshooter](#) ([https://\[redacted\].com/privacy-troubleshooter](#)) (accessible via the "Contact Us" link in our [Privacy Policy](#)) and submit a request for further information using this [web-form](#). Similar to the above-mentioned tools, you must log-in to submit requests via this web-form, which will help us to verify your identity, and ensure we only disclose personal information directly to you.

Regarding [redacted] specific advertisements, we try to serve you relevant ads based on your interest, which might include your online browsing behavior and [redacted] watch history. You can manage your ads settings from your [redacted] [Ads Settings](#).

The ads you see while watching [redacted] videos on mobile are tailored to your interests and based on your [redacted] Ad Settings, the videos you've viewed, and whether you're signed in or not.

When you're logged in, these anonymous signals may determine which ads you see:

- Types of videos you've viewed
- The apps on your device and your use of apps
- Websites you visit
- Anonymous identifiers associated with your mobile device
- Previous interactions with [redacted] ads or advertising services
- Your geographic location
- Age range
- Gender
- [redacted] video interactions

Whether you are signed in or not, the ads you see are based on the content of the videos you've viewed.

Es posible que la información que busca ya esté disponible para usted a través de una serie de herramientas en línea seguras que proporcionamos a todos los usuarios para acceder a sus datos. La página Cuenta de XXXX te ofrece una descripción general de las formas en que utilizas los servicios de XXXX y de los datos asociados a dicho uso. Desde esa página también puedes revisar la información básica de tu cuenta, ver qué datos hay en ella (a través de myactivityXXX y Dashboard), revisar la configuración para compartir datos con aplicaciones y sitios de terceros y utilizar nuestra herramienta dedicada (accesible a través de la página Cuenta de XXXX) para descargar tus datos, realizar copias de seguridad o moverlos a otro servicio.

Los usuarios registrados pueden acceder directamente a estas herramientas a través del menú de cuentas, al que se accede a través de la cabecera estándar de XXXX en muchos de nuestros principales productos de consumo, haciendo clic en la imagen de perfil de la cuenta de XXXX o en el nombre de usuario que aparece en la esquina superior derecha de la interfaz de usuario y, a continuación, haciendo clic en los enlaces "Privacidad" o "Cuenta de XXXX".

Los usuarios deben iniciar sesión en su cuenta para acceder a estas herramientas para verificar el derecho del usuario a acceder a los datos y para asegurarse de que la información personal no se divulgue a la persona equivocada.

Nos comprometemos a ser claros en cuanto a qué información recopilamos y cómo la utilizamos. Puedes encontrar información detallada sobre nuestros compromisos en nuestra Política de privacidad (<https://XXXX/policies/privacy/>) y en privacy.XXXX.com (<https://privacy.XXXX.com/your-data.html>), junto con explicaciones sobre el tipo de información que recopilamos, cómo se recopila, por qué la recopilamos, cómo se utiliza y cuándo se comparte.

También ofrecemos a los usuarios diversas opciones para controlar el uso compartido y el uso de sus datos a través de la cuenta y el panel de control de XXXX, como la capacidad de revisar y gestionar los permisos de las entidades con las que se comparten los datos a través de la pestaña "Aplicaciones y sitios conectados" de XXXX Dashboard (<https://security.XXXX/settings/security/permissions>).

Dependiendo de los productos que utilice, puede haber opciones adicionales disponibles a través de la interfaz de usuario de los productos específicos. La sección de descripción general de nuestra Política de privacidad contiene una Guía de privacidad de los productos de XXXX (<https://www.XXXX.com/policies/technologies/product-privacy/>), que proporciona a los usuarios un recurso de fácil acceso para obtener información, controles y configuraciones de privacidad específicos del producto para muchos de los principales productos de consumo de XXXX, entre otros.

Hemos diseñado estas herramientas para que sean fácilmente comprensibles y utilizables por todos. Si necesita más detalles que no puede encontrar a través de nuestras herramientas, visite nuestro Solucionador de problemas de privacidad (<https://support.XXXX>) (accesible a través del enlace "Contáctenos" de nuestra Política de privacidad) y envíe una solicitud de información adicional utilizando este formulario web. De forma similar a las herramientas mencionadas anteriormente, debe iniciar sesión para enviar solicitudes a través de este formulario web, lo que nos ayudará a verificar su identidad, y asegurarnos de que sólo revelamos información personal directamente a usted.

Con respecto a los anuncios específicos de XXXX, intentamos publicar anuncios relevantes basados en su interés, que pueden incluir su comportamiento de navegación en línea y el historial de navegación de XXXX. Puedes administrar la configuración de tus anuncios desde la configuración de anuncios de XXXX

Los anuncios que ves mientras ves vídeos de XXXX en el móvil se adaptan a tus intereses y se basan en la configuración de anuncios de XXXX, los vídeos que has visto y si has iniciado sesión o no.

Al iniciar sesión, estas señales anónimas pueden determinar qué anuncios ve:

- Tipos de vídeos que ha visto

- Las aplicaciones en tu dispositivo y el uso que haces de ellas
- Sitios web que visita
- Identificadores anónimos asociados a su dispositivo móvil
- Interacciones anteriores con anuncios o servicios publicitarios de XXXX
- Su ubicación geográfica
- Rango edad
- Género
- Interacciones de vídeo en XXXX

Tanto si has iniciado sesión como si no, los anuncios que ves se basan en el contenido de los vídeos que has visto.

Thanks for your inquiry.

We use the information we have (subject to choices you make) as described below and to provide and support the [REDACTED] Products and related services described in the [REDACTED] Terms.

Here's how:

Provide, personalize and improve our Products.

We use the information we have to deliver our Products, including to personalize features and content (including your News Feed, [REDACTED] Feed, [REDACTED] Stories and ads) and make suggestions for you (such as groups or events you may be interested in or topics you may want to follow) on and off our Products. To create personalized Products that are unique and relevant to you, we use your connections, preferences, interests and activities based on the data we collect and learn from you and others (including any data with special protections you choose to provide where you have given your explicit consent); how you use and interact with our Products; and the people, places, or things you're connected to and interested in on and off our Products. Learn more about how we use information about you to personalize your [REDACTED] experience, including features, content and recommendations in [REDACTED] Products; you can also learn more about how we choose the ads that you see.

Information across [REDACTED] Products and devices: We connect information about your activities on different [REDACTED] Products and devices to provide a more tailored and consistent experience on all [REDACTED] Products you use, wherever you use them. For example, we can suggest that you join a group on [REDACTED] that includes people you follow on [REDACTED] or communicate with using [REDACTED]. We can also make your experience more seamless, for example, by automatically filling in your registration information (such as your phone number) from one [REDACTED] Product when you sign up for an account on a different Product.

Location-related information: We use location-related information-such as your current location, where you live, the places you like to go, and the businesses and people you're near-to provide, personalize and improve our Products, including ads, for you and others. Location-related information can be based on things like precise device location (if you've allowed us to collect it), IP addresses, and information from your and others' use of [REDACTED] Products (such as check-ins or events you attend).

Product research and development: We use the information we have to develop, test and improve our Products, including by conducting surveys and research, and testing and troubleshooting new products and features.

Face recognition: If you have it turned on, we use face recognition technology to recognize you in photos, videos and camera experiences. The face-recognition templates we create are data with special protections under EU law. Learn more about how we use face recognition technology, or control our use of this technology in [REDACTED] Settings. If we introduce face-recognition technology to your [REDACTED] experience, we will let you know first, and you will have control over whether we use this technology for you.

Ads and other sponsored content: We use the information we have about you-including information about your interests, actions and connections-to select and personalize ads, offers and other sponsored content that we show you. Learn more about how we select and personalize ads, and your choices over the data we use to select ads and other sponsored content for you in the [REDACTED] Settings.

We trust that we have answered your questions.

Gracias por su consulta.

Utilizamos la información que tenemos (en función de las opciones que elijas) tal y como se describe a continuación y para proporcionar y respaldar los productos de XXXX y los servicios relacionados que se describen en las Condiciones de XXXX y las Condiciones de XXXX.

Aquí está el cómo:

Proveer, personalizar y mejorar nuestros Productos.

Utilizamos la información que tenemos para entregar nuestros Productos, incluyendo la personalización de características y contenido (incluyendo sus noticias, noticias, noticias de XXXX, historias y anuncios de XXXX) y hacer sugerencias para usted (tales como grupos o eventos en los que pueda estar interesado o temas en los que pueda querer seguir) dentro y fuera de nuestros Productos. Para crear Productos personalizados que sean únicos y relevantes para usted, utilizamos sus conexiones, preferencias, intereses y actividades basados en los datos que recopilamos y aprendemos de usted y de otros (incluyendo cualquier dato con protecciones especiales que usted decida proporcionar cuando haya dado su consentimiento explícito); cómo utiliza e interactúa con nuestros Productos; y las personas, lugares o cosas a las que está conectado e interesado dentro y fuera de nuestros Productos. Obtenga más información sobre cómo utilizamos su información para personalizar su experiencia en XXXX, incluidas las características, el contenido y las recomendaciones de los productos de XXXX; también puede obtener más información sobre cómo elegimos los anuncios que ve.

Información a través de productos y dispositivos de XXXX: Conectamos la información sobre tus actividades en diferentes productos y dispositivos de XXXX para ofrecer una experiencia más personalizada y coherente en todos los productos de XXXX que utilizas, dondequiera que los utilices. Por ejemplo, podemos sugerirle que se una a un grupo en XXXX que incluya a personas con las que siga en XXXX o con las que se comuniquen a través de XXXX. También podemos hacer que tu experiencia sea más fluida, por ejemplo, rellenando automáticamente tu información de registro (como tu número de teléfono) de un producto de XXXX cuando te registras para obtener una cuenta en un producto diferente.

Información relacionada con la ubicación: Utilizamos información relacionada con la ubicación, como su ubicación actual, su lugar de residencia, los lugares a los que le gusta ir y las empresas y personas a las que está cerca, para proporcionar, personalizar y mejorar nuestros Productos, incluidos los anuncios, para usted y para otras personas. La información relacionada con la ubicación puede basarse en cosas como la ubicación precisa del dispositivo (si nos has permitido recopilarla), las direcciones IP y la información sobre el uso que usted y otros hacen de los productos de XXXX (como las entradas o los eventos a los que asiste).

Investigación y desarrollo de productos: Utilizamos la información que tenemos para desarrollar, probar y mejorar nuestros Productos, incluyendo la realización de encuestas e investigaciones, y pruebas y resolución de problemas de nuevos productos y características.

Reconocimiento de rostros: Si está activado, utilizamos la tecnología de reconocimiento facial para reconocerle en fotos, vídeos y experiencias con la cámara. Las plantillas de reconocimiento facial que creamos son datos con protecciones especiales bajo la legislación de la UE. Obtén más información sobre cómo utilizamos la tecnología de reconocimiento facial o controla el uso de esta tecnología en la configuración de XXXX. Si introducimos la tecnología de reconocimiento facial en su experiencia con XXXX, se lo haremos saber primero, y usted tendrá el control sobre si usamos esta tecnología para usted.

Anuncios y otros contenidos patrocinados: Utilizamos la información que tenemos sobre usted - incluyendo información sobre sus intereses, acciones y conexiones- para seleccionar y personalizar anuncios, ofertas y otros contenidos patrocinados que le mostramos. Obtén más información sobre cómo seleccionamos y personalizamos los anuncios, y tus opciones sobre los datos que utilizamos para seleccionar anuncios y otros contenidos patrocinados para ti en la Configuración de XXXX y la Configuración de XXXX.

Confiamos en haber respondido a sus preguntas.

Fig 6. Ejemplo de las explicaciones del proveedor recibidas después de la carta de seguimiento

e. Més informació sobre com es va dissenyar el seu sistema de recomanació de notícies/continguts, sense haver de donar secrets comercials o informació protegida de propietat intel·lectual (és a dir, antecedents de les persones involucrades, si es tracta d'un procés continuu, etc.).

Tal com vam explicar a la primera resposta, el sistema consta de dues parts:

- Recomanacions basades en el que consumeixen el conjunt dels nostres usuaris. És a dir, els programes que tenen més audiència són més recomanables que els que tenen menys audiència. La informació del que consumeixen els usuaris que naveguen de manera anònima es recull a través de cookies. Però com s'explica a la "política de privacitat i cookies" de la web, aquesta informació és anonimitzada, és a dir, no recollim la IP d'aquests usuaris, només el seu consum. El consum de dispositius que no accepten cookies o naveguen en mode incògnit no es té en compte en el recomanador de continguts.
- Recomanacions basades en el que consumeix el propi usuari, quan navega loginat. És a dir, una part de les recomanacions que veu cada usuari estan basades en el seu propi consum. Aquesta informació sí que queda associada a cada usuari en concret i s'utilitza, per exemple, per no recomanar un contingut que ja s'ha vist o per mostrar el següent capítol d'una sèrie que està visionant aquest usuari.

No podem donar informació sobre els criteris de prioritització de contingut dels nostres algoritmes, perquè formen part del nostre aprenentatge i ens permet millorar el servei respecte la competència.

f. Les prioritats que han guiat el disseny del sistema de recomanació de notícies/continguts.

En el disseny del sistema de recomanacions de notícies i vídeos, hem prioritzat sempre la privacitat dels nostres usuaris. És per això que fem servir sempre les dades mínimes necessàries per oferir les recomanacions. A aquestes efectes a cada usuari que inicia sessió en els nostres productes li assignem un identificador XXXXX que ens permet recollir els continguts que consumeix, sigui quin sigui el dispositiu des del qual es connecti. Ara bé, aquest identificador mai es relaciona amb les dades d'usuari per fer un perfilat.

A l'hora d'oferir recomanacions als usuaris, no fem servir cap dada personal del registre (sexe, edat, població), ja que el nostre sistema de recomanació no es basa en perfilats d'usuari.

Ens basem només en el consum que els usuaris fan dels nostres continguts.

g. La forma en què es comporta el sistema de recomanació de notícies/continguts quan es tracta d'un perfil incomplet.

Com que no hi ha perfilat d'usuaris, si un usuari registrat no té tots els camps omplerts (perfil incomplet) no afecta en absolut al sistema de recomanació.

e. Más información sobre cómo se diseñó su sistema de recomendación de noticias / contenidos, sin tener que dar secretos comerciales o información protegida de propiedad intelectual (es decir, antecedentes de las personas involucradas, si se trata de un proceso continuo, etc.).

Tal como explicamos en la primera respuesta, el sistema consta de dos partes:

- Recomendaciones basadas en el que consumen el conjunto de nuestros usuarios. Es decir, los programas que tienen más audiencia son más recomendables que los que tienen menos audiencia. La información de lo que consumen los usuarios que navegan de manera anónima se recoge a través de cookies. Pero como se explica en la "política de privacidad y cookies" de la web, esta información es anonimizada, es decir, no recogemos la IP de estos usuarios, sólo su consumo. El consumo de dispositivos que no aceptan cookies o navegan en modo incógnito no se tiene en cuenta en el recomendador de contenidos.
- Recomendaciones basadas en lo que consume el propio usuario, cuando navega login. Es decir, una parte de las recomendaciones que ve cada usuario están basadas en su propio consumo. Esta información sí queda asociada a cada usuario en concreto y se utiliza, por ejemplo, para no recomendar un contenido que ya se ha visto o para mostrar el siguiente capítulo de una serie que está visionando este usuario.

No podemos dar información sobre los criterios de priorización de contenido de nuestros algoritmos, porque forman parte de nuestro aprendizaje y nos permite mejorar el servicio respecto a la competencia.

f. Las prioridades que han guiado el diseño del sistema de recomendación de noticias / contenidos.

En el diseño del sistema de recomendaciones de noticias y vídeos, hemos priorizado siempre la privacidad de nuestros usuarios. Es por eso que utilizamos siempre los datos mínimos necesarios para ofrecer las recomendaciones. A estos efectos a cada usuario que inicia sesión en nuestros productos le asignamos un identificador XXXXX que nos permite recoger los contenidos que consume, sea cual sea el dispositivo desde el que se conecte. Ahora bien, este identificador nunca se relaciona con los datos de usuario para hacer un perfilado.

A la hora de ofrecer recomendaciones a los usuarios, no utilizamos ningún dato personal del registro (sexo, edad, población), ya que nuestro sistema de recomendación no se basa en perfilados de usuario.

Nos basamos sólo en el consumo que los usuarios hacen de nuestros contenidos.

g. La forma en que se comporta el sistema de recomendación de noticias / contenidos cuando se trata de un perfil incompleto.

Como no hay perfilado de usuarios, si un usuario registrado no tiene todos los campos rellenados (perfil incumplido) no afecta en absoluto al sistema de recomendación.

e. More information on how your news/content recommender system was designed, without having to give trade secrets or IP protected information (i.e. background of people involved, is it an ongoing process, etc.).

We consider this part of your request to be a request for information under the Freedom of Information Act 2000 ('The Act'). However, please note that the information you have requested is excluded from the Act because it is held for the purposes of 'journalism, art or literature.' The [REDACTED] is therefore not obliged to provide this information to you and will not be doing so on this occasion. Part VI of Schedule 1 to FOIA provides that information held by

the [REDACTED] and the other public service broadcasters is only covered by the Act if it is held for 'purposes other than those of journalism, art or literature'. The [REDACTED] is not required to supply information held for the purposes of creating the [REDACTED] output or information that supports and is closely associated with these creative activities.

The limited application of the Act to public service broadcasters was to protect freedom of expression and the rights of the media under Article 10 European Convention on Human Rights ("ECHR"). The [REDACTED] as a media organisation, is under a duty to impart information and ideas on all matters of public interest and the importance of this function has been recognised by the European Court of Human Rights. Maintaining our editorial independence is a crucial factor in enabling the media to fulfil this function.

That said, the [REDACTED] makes a huge range of information available about our programmes and content on [REDACTED]. We also proactively publish information covered by the Act on our publication scheme and regularly handle requests for information under the Act.

e. Más información sobre cómo se diseñó su sistema de recomendación de noticias/contenidos, sin tener que dar secretos comerciales o información protegida de propiedad intelectual (es decir, antecedentes de las personas involucradas, si se trata de un proceso continuo, etc.).

Consideramos que esta parte de su solicitud es una solicitud de información en virtud de la Ley de Libertad de Información de 2000 ("la Ley"). Sin embargo, tenga en cuenta que la información que ha solicitado está excluida de la Ley porque se mantiene con fines de 'periodismo, arte o literatura'. Por lo tanto, XXXXX no está obligada a proporcionarle esta información y no lo hará en esta ocasión. La Parte VI de la Lista 1 de la Ley de libertad de información dispone que la información que obra en poder de XXXX y los demás radiodifusores de servicio público sólo están

cubiertos por la Ley si se realiza con "fines distintos de los del periodismo, el arte o la literatura". XXXX no está obligada a proporcionar la información contenida con el propósito de crear la producción de XXXX o la información que apoya y está estrechamente asociada con estas actividades creativas.

La aplicación limitada de la Ley a los radiodifusores de servicio público fue para proteger la libertad de expresión y los derechos de los medios de comunicación en virtud del artículo 10 del Convenio Europeo de Derechos Humanos ("CEDH"). XXXX, como organización de medios de comunicación, tiene el deber de transmitir información e ideas sobre todos los asuntos de interés público y la importancia de esta función ha sido reconocida por el Tribunal Europeo de Derechos Humanos. El mantenimiento de nuestra independencia editorial es un factor crucial para que los medios de comunicación puedan cumplir esta función.

Dicho esto, XXXX pone a su disposición una amplia gama de información sobre nuestros programas y contenidos en XXXXX. También publicamos proactivamente la información cubierta por la Ley sobre nuestro esquema de publicación y manejamos regularmente las solicitudes de información en virtud de la Ley.

Fig 7. Proveedores que cierran el archivo cuando se envía la carta de seguimiento o se niegan a revelar alguna información

Estimada Sra. Mitjans,

Acusamos recibo de su respuesta de 8 de abril de 2019 y le comunicamos al respecto que [REDACTED] entiende que en todo momento se ha procedido de acuerdo con lo previsto en el art. 15 del REGLAMENTO (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (Reglamento General de Protección de Datos. RGPD) y que, excediendo sus peticiones del mismo, no procede atenderlas.

En cualquier caso y en cumplimiento del artículo 77 del RGPD, le recordamos que le asiste el derecho a recabar la tutela de la Agencia Española de Protección de Datos.

Quedamos a su entera disposición para cualquier aclaración que precise.

Atentamente,

[REDACTED]

Anexo IV. Buenas prácticas identificadas por parte de los proveedores

Fig 1. Buenas prácticas cuando el usuario se registra

• Ocho o más caracteres
• Al menos una letra
• Al menos un número o un símbolo

País
Bélgica

¿Por qué preguntamos esto? ▲

Utilizamos tu país para enviar información relevante. Descubre más sobre cómo usamos tus datos.

¿Quieres personalizar la información que recibes?

¿Qué hay en las actualizaciones? ▲

Son correos electrónicos periódicos, incluyendo un resumen semanal, con actualizaciones de los contenidos de la [redacted]. A veces te recomendaremos algunos que creemos son de tu interés, en base a tu interacción con la [redacted] desde que te registraste. Puedes cancelar la suscripción cuando quieras.

Al hacer clic en "Registrarse" estás aceptando las condiciones de uso de la [redacted] nuestra cláusula de privacidad y nuestra política del manejo de cookies.

[redacted]

Registrarse en la [redacted]

What's your date of birth?

Día Mes Año

¿Por qué preguntamos esto? ▲

This is so we can see how people of different ages are using the [redacted] and check that we're making something for everyone. It also means that you can use the parts of the [redacted] that are suitable for your age. If you're 18 or over, we'll only store your year of birth, not the day and month. [Find out more about how we use your data.](#)

Estos dos ejemplos se mencionan como buenas prácticas porque al registrarse, se explica la finalidad de la solicitud de esos datos personales. Hay una declaración clara que pregunta si desea personalizar la información que recibe.

Centro de preferencias de privacidad

NECESITAMOS TU CONSENTIMIENTO PARA
(Marca las opciones que quieres autorizar)

☐

Recibir comunicaciones comerciales de terceros por parte de los medios

☐

Realizar análisis de tu perfil (gustos, intereses y usos de los medios) y adaptar las comunicaciones comerciales de terceros y la publicidad durante la navegación de tu perfil.

NO NECESITAMOS CONSENTIMIENTO
(Pero te puedes oponer a)

☐

Recibir comunicaciones comerciales propias de

☐

Realizar análisis de tu perfil (gustos, intereses y usos de), y adaptar las comunicaciones de tu perfil.

☐

Recibir la newsletter de Novedades Editoriales

LAS FINALIDADES NECESARIAS E IMPRESCINDIBLES SON:

- Gestión de la solicitud de registro y validación de la dirección de correo electrónico

- Gestión de participación en foros y comentarios de noticias

- Gestión de participación en concursos, sorteos y promociones

- Gestión de productos o servicios solicitados o contratados

- Gestión del acceso a los Medios

Preferencias de privacidad, cuando se trate de objetivos claros y diferenciados con diferente base jurídica. Clara separación de las opciones en las que es necesario el consentimiento, y el usuario puede marcar estas opciones (comunicaciones comerciales o de terceros y análisis del perfil para personalizar el contenido) y aquellas opciones en las que no es necesario el consentimiento, pero usted puede oponerse a dicho tratamiento.

Anexo V. Malas prácticas identificadas por parte de los proveedores


Fig 1. No se cumplen plenamente con los requisitos del consentimiento

The screenshot shows a registration form for 'FORTALEZA'. At the top, it says 'Crea tu cuenta con:' followed by Facebook and Google+ icons, and 'o introduce:'. Below are input fields for 'Nombre*', 'Primer apellido*', 'Correo electrónico*', 'Contraseña*', and 'Repetir contraseña*'. The 'Fecha de nacimiento*' field has dropdowns for 'Día', 'Mes', and 'Año'. A small text line states: 'Esta información nos permitirá ofrecerte contenidos y servicios más ajustados a tu perfil'. Below this is a checkbox with the text: 'Acepto las Condiciones de uso y Protección de datos, la Política de Cookies y las Preferencias de privacidad'. The 'CONTINUAR' button is at the bottom. A link 'Si tienes cuenta, conéctate' is at the bottom left, and a logo is at the bottom right.

Al marcar la casilla, usted acepta los Términos de uso, la política de privacidad y la política de cookies en su conjunto.

The screenshot shows a registration form for 'FORTALEZA'. At the top, it says 'Forma parte de la mayor comunidad de contenidos en español. Tú haces la portada.' Below are buttons for 'Acceder con Twitter', 'con Facebook', and 'o Google'. A separator line with a circle in the middle is below. Below this is the text 'Registrarme con mi correo'. There are input fields for 'Nombre de usuario', 'Correo electrónico', and 'Contraseña'. A small text line states: 'Al menos ocho caracteres, incluyendo mayúsculas, minúsculas y números'. Below this is the 'Crear usuario' button. At the bottom, it says 'Cuando te registras aceptas las Condiciones de Uso, Política de Privacidad y el Uso de Cookies.'

Regístrate para ver fotos y vídeos de tus amigos.

 Iniciar sesión con Facebook

O

Número de móvil o correo electrónico

Nombre completo

Nombre de usuario

Contraseña

Siguiente


Al registrarte, aceptas nuestras **Condiciones**. Obtén más información sobre cómo recopilamos, usamos y compartimos tu información en la **Política de datos**, así como el uso que hacemos de las cookies y tecnologías similares en nuestra **Política de cookies**.


¿Tienes una cuenta? [Entrar](#)

Descarga la aplicación.

Tell us you're not a robot

Please enter the text in the box

 [Reload graphic](#)



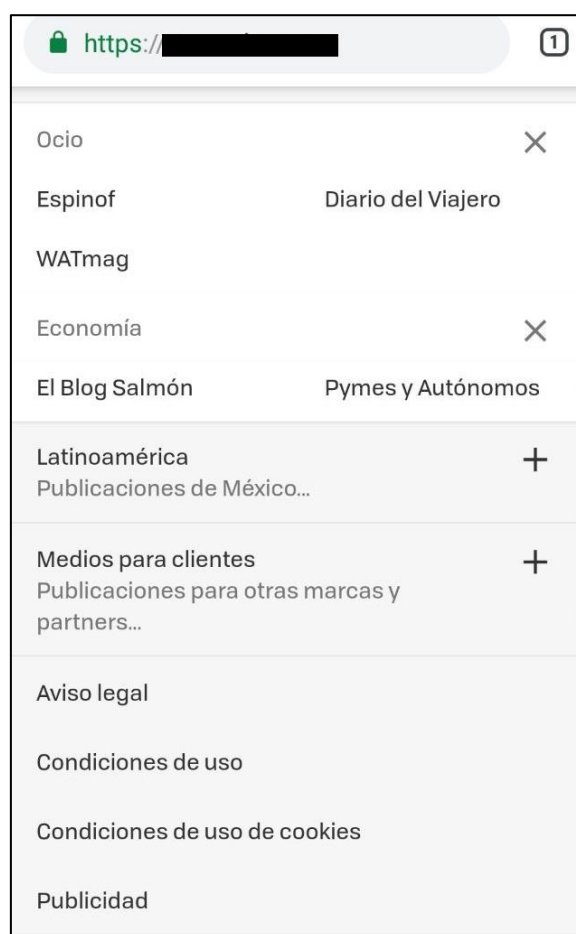
☐ Please tick this box if you would like NewsNow to use the contact details you have supplied, including your email address, to keep you informed about developments at [REDACTED] (We reserve the right to send you emails directly related to the security or maintenance of your account and such emails may include information about other developments at [REDACTED] or to its services.)

By proceeding, you consent to our [Legal Notice](#) and acknowledge how we process your personal data and set cookies as described in our [Privacy Policy](#).

[Create Account](#)

Al registrarse, sin ninguna acción afirmativa, usted acepta los Términos y Condiciones, la política de privacidad y las cookies.

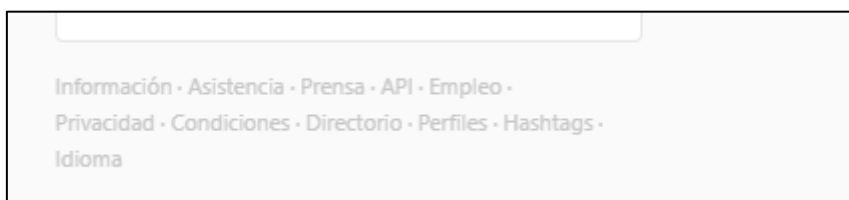
Fig 2. No hay un botón de política de privacidad explícita en el sitio web/app



Sólo el aviso legal, los términos de uso y los términos de uso de las cookies, pero no la política de privacidad como una sección separada.

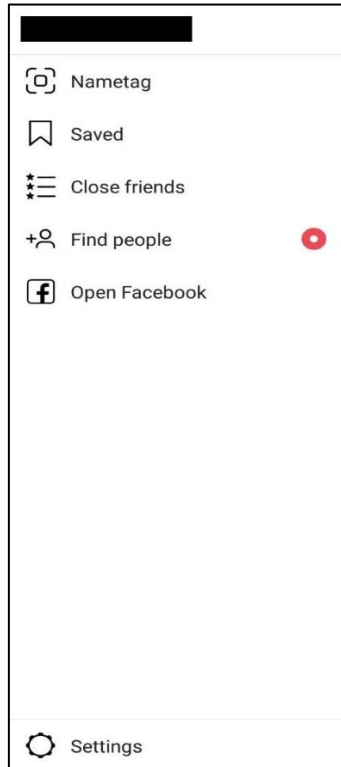
Fig 3. Botón de privacidad difícil de encontrar o ruta difícil para encontrar la política de privacidad

Ejemplo de botón de privacidad oculto, que utiliza una fuente de color tenue en el sitio web de un proveedor.

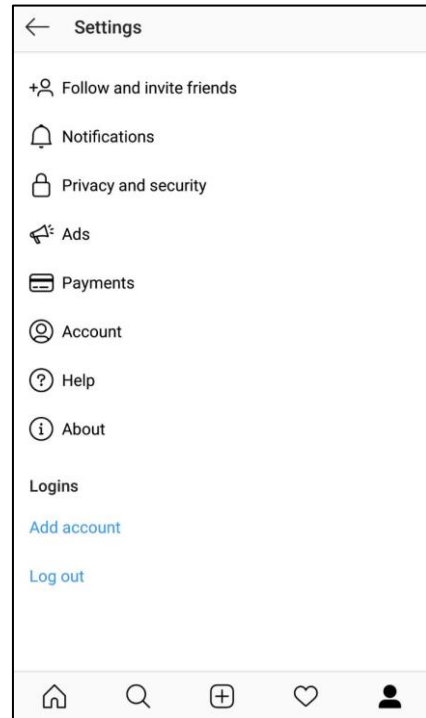


Ejemplo de una ruta difícil para encontrar la política de privacidad.

1) Ir a “settings”



2) Intuitivamente usted iría a privacidad y seguridad ahora, pero allí no encontrará la política de privacidad, tiene que ir a "About"



3) Por último, encontrará la “data policy”

