**Suben multas y controles por los abusos del telemarketing** [[1]](#footnote-1)

**Protección a la intimidad**

Aplicarán sanciones mínimas de hasta $80 mil a los infractores. Y estudian cambios en la ley de Hábeas Data.

 [Damián Kantor](http://www.ieco.clarin.com/autor/damian_kantor.html)



En la mira. Refuerzan controles por los abusos con la venta telefónica.

* TAGS
* [***Habeas data***](http://www.ieco.clarin.com/ieco/tema/habeas_data.html),
* [***registro no llame***](http://www.ieco.clarin.com/ieco/tema/registro_no_llame.html),
* [***telemarketing***](http://www.ieco.clarin.com/ieco/tema/telemarketing.html)

Frente a la avalancha de denuncias por abusos con la venta telefónica y de tráfico de datos personales, el Gobierno promete aplicar una política de “mano dura”. El objetivo es reforzar el control sobre el telemarketing y la operatoria de empresas que ofrecen informes crediticios y deudores, aplicando fuertes multas y sanciones a los que violen la legislación vigente. La tarea está en manos de la DNPDP (Dirección Nacional de Datos Personales), que está embarcada en reformar y modificar la ley de Hábeas Data (que protege la privacidad de las personas), y en castigar las “faltas graves con multas mínimas de entre $25.000 y $80.000”, dijo a iEco Eduardo Bertoni, director de esa oficina.

En rigor, tales iniciativas representan un giro de 180° con respecto a lo sucedido en los últimos 15 años. Un ejemplo es la puesta en vigencia del Registro No Llame, en 2014, que impide a las empresas ofrecer y vender productos y servicios a los que están anotados. En su primer año de vida se recibieron 65.000 denuncias y en lo que va de 2016, otras 17.000. Aunque un poco menos de la mitad fueron desestimadas, el resto está en proceso de evaluación con miras a una posible sanción de los infractores.

Tales acciones provienen de son dos leyes, la 25.326 (ley de Protección de Datos Personales) y la 26.591 (Registro No Llame). Ambas surgieron con un mismo fin: regular el tráfico de datos personales, evitar los perjuicios por la difusión errónea (atrasos y deudas impagas, por caso) y la molestia que causan los llamados con ofertas y promociones de bienes y servicios. Desde la creación de la DNPDP, “en más de 14 años, hubo apenas 100 sanciones firmes, de las cuales se pagaron el 55%”, dijo Bertoni. En el listado se observa que la mayoría de las infracciones recibieron multas de entre $2.000 y $3.000.

Esto aplica, vale la pena aclararlo, sólo a las empresas que cumplen con la normativa de registrar en la DNPDP sus bases de datos: actualmente hay 52.000 declaradas, pero se calcula que es menos de un tercio de las que existen en realidad. En rigor, desde el sector reconocen la existencia de un enorme mercado negro de compra y venta de bases de datos, muchas de las cuales se ofrecen al mejor postor, incluso por Internet. Sin ir más lejos, la ANSES (la base de datos más grande del país) denunció en la Justicia dos veces (en 1997 y 2006) que su información confidencial fue robada con fines comerciales.

Bertoni asumió en marzo pasado. Desde su creación, en 2001, la DNPDP estuvo en manos de Juan Antonio Travieso, un hombre reconocido en el ámbito académico y también por su aceitada llegada al mundo de las empresas. Su dilatada gestión, que atravesó el gobierno de la Alianza y tres períodos kirchneristas, recoge algunos reconocimientos y muchos cuestionamientos por su falta de rigor. “La postura de la DNPDP a lo largo de estos años fue complaciente con los incumplimientos. Se basó en la filosofía de no castigar y está a contramano del mundo. La mayoría de las sanciones son infracciones a empresas registradas y por casos muy leves”, comenta Gustavo Tanús, abogado especializado en la privacidad de las personas.

Sin cuestionar abiertamente la “herencia recibida”, Bertoni diagnostica un cambio de rumbo con respecto a la política anterior. “Sin desmerecer el trabajo de promoción y capacitación, creo que la DNPDP es un órgano de control. Esa reorientación implica que hay que modernizar la ley”, dijo.

En este sentido, Bertoni viene realizando una ronda de consultas con empresas que operan como información personal y también con organismos, entre ellas la AMDIA (Asociación de Marketing Directo), la Cámara de Empresas de Información Comercial, el BCRA, la ANSeS y hasta la AFI (la ex SIDE), cuyo objetivo es reformar la actual ley de Hábeas Data. El punto de partida es un documento (“Propuesta de modificación de la ley 25.326”), que contiene diversas recomendaciones, como la “conveniencia de revistar los derechos y las obligaciones de los servicios de información crediticia” y también la inclusión de una cláusula para actualizar automáticamente las multas a los infractores.

“La idea es que todo termine en la redacción de un proyecto de ley para enviarla al Congreso, muy posiblemente el año que viene”, dijo Bertoni. El objetivo del Gobierno es recoger propuestas de todos los sectores para finalmente elaborar el proyecto “consensuado”.

Desde el sector privado admiten que están en pleno debate para elevar sus recomendaciones. “Estamos discutiendo las propuestas en este momento”, se disculpó una fuente de la Cámara de Empresas de Información Comercial, que agrupa a Organización Veraz, Fidelitas, Nosis y Síntesis, entre otras. Las empresas de telemarketing, en cambio, aseguran que están totalmente de acuerdo con aplicar más estrictamente la ley, “porque eso le permite al Gobierno frenar las malas prácticas”, afirma Mary Teahan, directiva de la AMDIA.

Sobre la enorme cantidad de denuncias por abusos en la venta telefónica, Teahan sostiene que los socios de la AMDIA (básicamente empresas de marketing telefónico) no tienen nada que ver. “El Registro No Llame empezó el año pasado, es posible que algunos estén aprendiendo y que no estaban al tanto de la ley y eso generó algunos problemas. Pero los que lo hacen a propósito son una minoría. ¿Quién querría llamar a personas que manifiestan rechazar esos llamados?”, se preguntó.

En un reciente encuentro en la AMDIA, Bertoni les anticipó que “habrá una aplicación más estricta de las normas de privacidad en la Argentina, con más intimaciones y mayores multas a empresas infractoras” y la intención del Gobierno de reformar y adecuar la Ley de Protección de Datos Personales. Y en cuanto al registro No llame, dijo clarito: “Hay muchas quejas porque no se cumple”, y agregó que “muchas veces las empresas optan por pagar las multas y no cumplir con el registro”.

**Funcionamiento**

Dos Leyes que regulan el tráfico de datos

La ley 25.326 (Hábeas Data) fue sancionada en 2000. Su reglamentación impulsó la creación en 2002 de la DNPDP (Dirección Nacional de Protección de Datos Personales), una oficina que depende del Ministerio de Justicia y que controla y regula el tráfico de datos personales. Desde entonces, hubo apenas 100 sanciones firmes, en su mayoría multas de entre $2.000 y $3.000.

La ley 26.591 (Registro No Llame) fue sancionada en junio de 2014 con el objetivo de evitar llamados comerciales indeseados Mediante un simple trámite, una persona puede inscribirse para impedir ser contactada por los call centers. En su primer año de vida, se recibieron 65.000 denuncias por supuestos abusos a la normativa. Y en lo que va de este año, otras 17.000

1. [Clarin.com](http://www.ieco.clarin.com/), [iEco](http://www.ieco.clarin.com/ieco/), 04/09/16, http://www.ieco.clarin.com/Suben-multas-controles-abusos-telemarketing\_0\_1643235806.html [↑](#footnote-ref-1)