

	EPIGRAFE	INFORMACIÓN BÁSICA (1ª capa, resumida)	INFORMACIÓN ADICIONAL (2ª capa, detallada)
	<b>Responsable</b> (del tratamiento)	Identidad del Responsable del Tratamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Datos de contacto del Responsable</li> <li>Identidad y datos de contacto del representante</li> <li>Datos de contacto del Delegado de Protección de Datos</li> </ul>
	<b>Finalidad</b> (del tratamiento)	Descripción sencilla de los fines del tratamiento, incluso elaboración de perfiles	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción ampliada de los fines del tratamiento</li> <li>Plazos o criterios de conservación de los datos</li> <li>Decisiones automatizadas, perfiles y lógica aplicada</li> </ul>
	<b>Legitimación</b> (del tratamiento)	Base jurídica del tratamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Detalle de la base jurídica del tratamiento, en los casos de obligación legal, interés público o interés legítimo</li> <li>Obligación o no de facilitar datos y consecuencias de no hacerlo</li> </ul>
	<b>Cesiones</b>	Cesiones a terceros, a empresas del grupo, para la prestación del servicio, etc...	<ul style="list-style-type: none"> <li>Destinatarios o categorías de destinatarios</li> </ul>
	<b>Derechos</b> (de las personas interesadas)	Referencia al ejercicio de derechos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cómo ejercer los derechos de acceso, rectificación, supresión y portabilidad de sus datos, y la limitación u oposición a su tratamiento</li> <li>Derecho a retirar el consentimiento prestado</li> <li>Derecho a reclamar ante la Autoridad de Control</li> </ul>
	<b>Transferencia internacional de datos</b>	Si se van a transferir los datos dentro o fuera del EEU	<ul style="list-style-type: none"> <li>Países, niveles de protección, etc...</li> <li>Decisiones de adecuación, garantías, normas corporativas vinculantes o situaciones específicas aplicables</li> </ul>
	<b>Almacenamiento de los datos</b>	Si se almacenan dentro o fuera de la UE	

# Memoria descriptiva de la iniciativa Consent Commons

**Premio a la Proactividad y Buenas prácticas en el cumplimiento del RGPD y la LOPD-GDD.**

**Modalidad A**

*Presentado por Paloma LLaneza*

## Contenido

Resumen ejecutivo .....	3
1. Título.....	3
2. Entidad Pública o Privada .....	3
3. Descripción General.....	3
4. Adecuación de la iniciativa al objeto del premio.....	3
5. Relevancia, innovación y contribución a la creación de una protección de datos.	4
6. Grado de cumplimiento de los proyectos .....	4
7. Grado de complejidad de los tratamientos.....	4
8. Garantías adoptadas para la salvaguarda de los derechos y libertades de las personas .....	4
I. Introducción.....	5
II. ¿Qué es Consent Commons? .....	6
II.1. ¿Qué problema soluciona Consent Commons? Los problemas de legibilidad de las condiciones de privacidad .....	7
II.2 ¿Por qué una solución visual? La previsión de la solución iconográfica en el RGPD.....	18
II.2.1. Lenguaje claro y visual en el RGPD .....	18
II.2.2. El efecto de superioridad visual .....	19
III. El sistema. Consent Commons: un sistema iconográfico para la transparencia ..	20
III.1. La simplificación de la simplificación.....	24
IV. Consent Commons: Casos de uso.....	25
IV. 1. Telefónica.....	25
IV.2. Renfe .....	26
IV.3. Visual One, The Llaneza Firm, Certicar y Razona.....	27
V. Consent Commons: Regtech española 2020.....	27
VI. Consent Commons en los medios .....	29

## Resumen ejecutivo

### 1. Título

Consent Commons: una iconografía para la protección de datos y la transparencia.

### 2. Entidad Pública o Privada

**Consent Commons** es una iniciativa privada de código abierto creado por Paloma Llaneza González, abogado en ejercicio con más de 30 años de experiencia profesional, y la entidad Visual One, especialista en la simplificación del lenguaje mediante su representación visual. La iniciativa es parte de su labor pro bono y de responsabilidad social corporativa, en el convencimiento de que quien es titular de los derechos, quien está llamado a ejercerlos y disfrutarlos, ha de ante todo y en primer término, entenderlos.

**Consent Commons**, es un proyecto de Paloma Llaneza González y Visual Thinking, S.L. . Calle José Abascal, 44-4. 28003-Madrid. Tel. 91 563 12 03/607 98 54 71. [www.consentcommons.com](http://www.consentcommons.com)

### 3. Descripción General

**Consent Commons** es sistema iconográfico que permite de un vistazo resumir la información legal necesaria para recoger el consentimiento cuando se recaban datos de personas físicas en entornos online con el objetivo de facilitar la comprensión utilizando un formato digital, atractivo, comprensible y funcional cumpliendo así con todos los elementos de información básica establecidos por el RGPD y la LOPD-GDD.

Es un proyecto pro-bono dentro de la política de responsabilidad social corporativa de sus fundadores, **lo que supone que su uso es completamente gratuito**. **Consent Commons** va dirigido a las empresas, responsables de tratamiento, como herramienta de transparencia y parte de su responsabilidad proactiva; a los desarrolladores, para que incorporen su uso por defecto y desde el diseño de sus webs o aplicaciones; y a los ciudadanos, quienes de un vistazo, y sin perjuicio de acceder a información más detallada, pueden conocer las implicaciones de facilitar sus datos.

El uso del icono general y de los iconos individuales que forman el sistema iconográfico o señalética de privacidad están sujetos a una licencia Creative Commons **CC BY-NC-ND**. Se optó por esta licencia, la más restrictiva de las seis licencias principales, para asegurar que **Consent Commons** fuera siempre gratuito y nadie pudiera cobrar por su implantación, y que los iconos no pudiesen modificarse.

El **objetivo de Consent Commons** es **convertirse en un estándar de facto mediante el uso** lo que requiere que quien lo use no lo altere, ya que las alteraciones no solo harían perder el carácter estandarizado a los iconos, sino también la fuerza de su reconocimiento. El uso de Consent Commons por parte de las empresas y otros sujetos obligados al cumplimiento de la normativa de protección de datos **es gratuito** como hemos dicho, y **no supone asesoramiento legal**. Cada organización, en atención a sus condiciones de privacidad, montará su icono de manera sencilla. Para eso, en la web de la iniciativa [www.consentcommons.com](http://www.consentcommons.com) encontrará **una herramienta que le permitirá generar el icono** que represente y resuma sus condiciones de privacidad - [https://consentcommons.com/PSD/GENERADOR\\_CC.psd](https://consentcommons.com/PSD/GENERADOR_CC.psd) -. Desde esta página recordamos que **el uso** de los iconos **no evita la intervención por parte de la AEPD** si las **condiciones de privacidad son erróneas**, los iconos no los representan, **o esta detecta algún otro incumplimiento**, por lo que **recomendamos que se busque asesoramiento legal siempre**.

### 4. Adecuación de la iniciativa al objeto del premio

Como hemos indicado más arriba, **Consent Commons** es una herramienta para la transparencia y la responsabilidad proactiva de las organizaciones, y, por tanto, una garantía de la protección de los ciudadanos al permitirles acceder de un vistazo a la

información necesaria para formar su consentimiento cuando se le recaban datos en entornos online.

La misión de **Consent Commons** es hacer accesible, comprensible y entendible la ley para todos y así actuar sobre la sociedad, el buen gobierno, integridad, transparencia y la rendición de cuentas.

**Consent Commons**, por ende, comparte el objetivo de la AEPD de velar por el cumplimiento de la legislación sobre protección de datos, difundir y sobre todo PROTEGER los derechos de los ciudadanos promoviendo entre la ciudadanía y las organizaciones el valor de la protección de datos e impulsando su sensibilización, y en particular el impacto que los nuevos desarrollos tecnológicos pueden tener en la privacidad de los ciudadanos.

## 5. Relevancia, innovación y contribución a la creación de una protección de datos

EL RGPD establece en su considerando (39) que *“Todo tratamiento de datos personales debe ser lícito y leal. Para las **personas físicas** debe quedar **totalmente claro** que se están recogiendo, utilizando, consultando o tratando de otra manera datos personales que les conciernen, así como la medida en que dichos datos son o serán tratados. **El principio de transparencia exige que toda información y comunicación relativa al tratamiento de dichos datos sea fácilmente accesible y fácil de entender, y que se utilice un lenguaje sencillo y claro**”*. Este mandato se repite en el considerando (58) que concreta el principio de transparencia en la exigencia de que no solo se utilice un lenguaje claro y sencillo sino que *“**además**, en su caso, **se visualice**”*; y se concreta en los artículos 7.2 (Condiciones para el consentimiento) exigiendo que la solicitud de consentimiento se presente de forma inteligible y de fácil acceso y utilizando un lenguaje claro y sencillo.

En lo que hace a la visualización, es el considerando 60 en el que se concreta la opción de que la información al interesado pueda transmitirse *“en combinación con unos **iconos normalizados que ofrezcan, de forma fácilmente visible, inteligible y claramente legible, una adecuada visión de conjunto del tratamiento previsto**”*. Será el artículo 12.7 (Transparencia de la información, comunicación y modalidades de ejercicio de los derechos del interesado) el que establezca la posibilidad de que la información que deba facilitarse a los interesados en virtud de los artículos 13 y 14 podrá transmitirse en combinación con iconos normalizados que permitan proporcionar de forma fácilmente visible, inteligible y claramente legible una adecuada visión de conjunto del tratamiento previsto.

Así pues, **Consent Commons** viene a dar respuesta tanto a la necesidad de transparencia, entendida como lenguaje sencillo y claro, así como al diseño de iconos normalizados que permitan proporcionar de forma fácilmente visible, inteligible y claramente legible una adecuada visión de conjunto del tratamiento previsto.

## 6. Grado de cumplimiento de los proyectos

El proyecto está orientado a facilitar el cumplimiento de los artículos 13 y 14 del RGPD mediante el desarrollo de una iconografía que haga posible el cumplimiento de la obligación de transparencia del artículo 7.2. aplicándolo prevenido en el artículo 12.7, ambos del RGPD.

## 7. Grado de complejidad de los tratamientos

Consent Commons puede ser usado para presentar de manera transparente la información de recogida de consentimiento de cualquier tipo de tratamiento.

## 8. Garantías adoptadas para la salvaguarda de los derechos y libertades de las personas

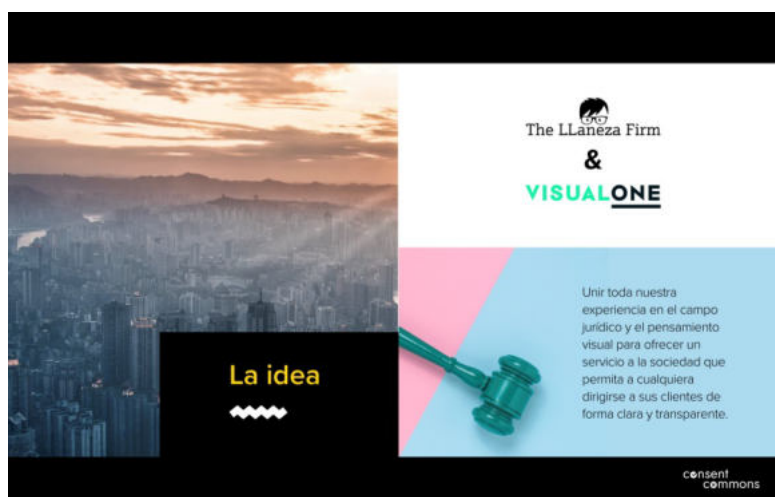
Ver punto 6 anterior.

## I. Introducción

En 1936, dos profesores del MIT, Robert F. Elder y Louis Woodruff inventaban el audímetro. Según la definición dada por la Wikipedia, un audímetro, también denominado *people meter* ('medidor de personas' en inglés), es un aparato que se conecta a algunos televisores para medir la audiencia de manera permanente y automática, usando sus datos con fines estadísticos, y extrapolando los de la audiencia de los distintos canales de televisión. En un primer momento, la función de este aparato era realizar mediciones del número de aparatos de radio encendidos y registrar la emisora que sintonizaban. A tal fin, se conectaba al dial de la radio y grababa en un rollo de papel los datos obtenidos.

Los años pasaron, Nielsen se hizo con el control de las audiencias de radio y televisión e inventó algunos artefactos de medición como un audímetro con forma de cojín que se activaba cada vez que alguien se sentaba encima, que, como era de esperar, daba muchos falsos positivos. En la actualidad parece que hay 4.755 audímetros en toda España y que solo es panelista (a quien se le adjudica uno) aquél que es designado conforme una serie de parámetros. Solo basta una visita a la web de la empresa española de medición, Kantar Media, para comprobar que no se puede pedir un audímetro sino que se adjudican con base a estudios estadísticos de población para que la muestra sea homogénea.

Durante años, hemos buscado desesperadamente a los propietarios de esta figura mitológica que es el audímetro sin ningún éxito: hemos preguntado a todo con el que nos hemos reunido, tomado un café, compartido asiento en el metro; hemos usado torticeramente las conferencias para preguntar a la audiencia si tenían un audímetro en su casa o si, por suerte, conocían a alguien que lo tuviese. Nada. Nadie parecía tener un audímetro ni conocer a nadie que lo tuviera.



Con las condiciones de privacidad y cláusulas de consentimiento parece ocurrir algo similar: cada vez que preguntamos si alguien ha abierto el link que le lleva a su texto, si tras hacer este gesto las ha leído en su integridad, y si, tras este titánico esfuerzo, las ha comprendido, se suele recibir la misma respuesta: no. No las han abierto, si las han abierto (los menos) solo han leído las primeras frases, y, en el rarísimo caso en que las

hayan leído en su totalidad, rara vez las han comprendido. Hace falta tener no solo conocimientos jurídicos generales sino específicos de protección de datos para comprender las condiciones de privacidad de la mayor parte de las app y servicios on-line, siendo honrosas las excepciones en que los textos están redactados en un lenguaje claro y comprensible.

Así pues, ante la complejidad y longitud de los textos legales de protección de datos, y como herramienta de la responsabilidad proactiva o demostrada y de transparencia de las empresas, la firmante de esta memoria, Paloma Llaneza, y la empresa de diseño visual Visual Thinking, S.L., decidimos crear un sistema de iconos de privacidad, **Consent Commons**, a la manera de las licencias de propiedad intelectual, Creative Commons.



**Consent Commons** permiten resumir de un vistazo los elementos esenciales de información previa a la recogida del consentimiento en línea con lo establecido por el Reglamento General de Protección de Datos (en adelante, RGPD) y la Ley Orgánica Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales (en adelante, LOPD-GDD), y, por tanto, exponer de manera sencilla e inmediata el nivel de riesgo que el usuario asume al dar el

consentimiento o al hacer uso de un servicio con otra base legitimadora.

## II. ¿Qué es Consent Commons?

CONSENT COMMONS es sistema iconográfico que permite de un vistazo resumir la información legal necesaria para recoger el consentimiento cuando se recaban datos de personas físicas en entornos online con el objetivo de facilitar la comprensión utilizando un formato digital, atractivo, comprensible y funcional cumpliendo así con todos los elementos de información básica establecidos por el RGPD y la LOPD-GDD.

Es un proyecto pro-bono dentro de la política de responsabilidad social corporativa de sus fundadores, **lo que supone que su uso es completamente gratuito. Consent Commons** va dirigido a las empresas, responsables de tratamiento, como herramienta de transparencia y parte de su responsabilidad proactiva; a los desarrolladores, para que incorporen su uso por defecto y desde el diseño de sus webs o aplicaciones; y a los ciudadanos, quienes de un vistazo, y sin perjuicio de acceder a información más detallada, pueden conocer las implicaciones de facilitar sus datos.

El uso del icono general y de los iconos individuales que forman el sistema iconográfico o señalética de privacidad están sujetos a una licencia Creative Commons **Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada** - permite descargar,

compartir, con reconocimiento de autoría; no cabe alteraciones de ninguna manera ni se pueden utilizar comercialmente- (**CC BY-NC-ND**) (Figura 1). Se optó por esta licencia, la más restrictiva de las seis licencias principales, para asegurar que **Consent Commons** fuera siempre gratuito y nadie pudiera cobrar por su implantación, y que los iconos no pudiesen modificarse.

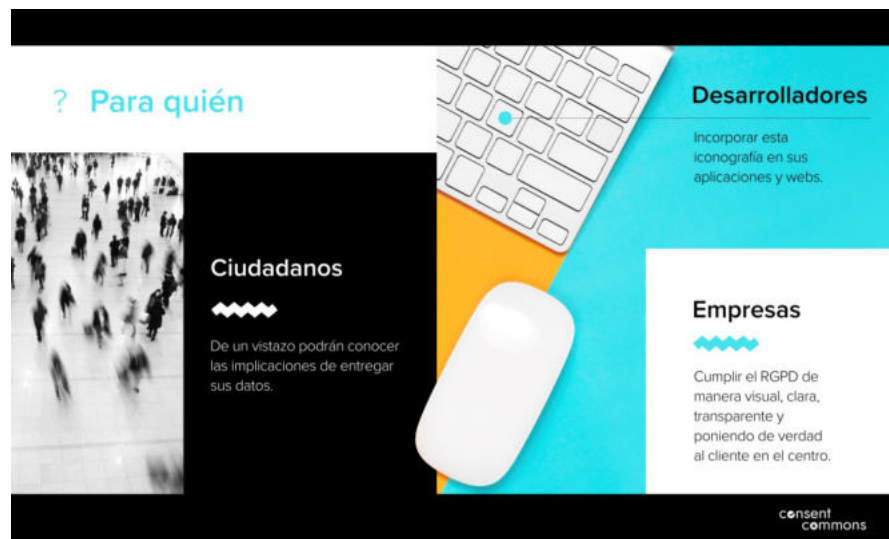




Figura 1- Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND

El **objetivo de Consent Commons es convertirse en un estándar de facto mediante el uso** lo que requiere que quien lo use no lo altere, ya que las alteraciones no solo harían perder el carácter estandarizado a los iconos, sino también la fuerza de su reconocimiento. Los iconos tienen que ser siempre iguales para ser reconocibles, para que la curva de aprendizaje de los usuarios sea corta y tenga la utilidad pretendida: representar visualmente información compleja sobre la finalidad, legitimidad, cesión, derechos, transferencia internacional y almacenamiento de los datos.



El uso de Consent Commons por parte de las empresas y otros sujetos obligados al cumplimiento de la normativa de protección de datos **es gratuito** como hemos dicho, y **no supone asesoramiento legal**. Cada organización, en atención a sus condiciones de privacidad, montará su icono de manera sencilla. Para eso, en la

web de la iniciativa [www.consentcommons.com](http://www.consentcommons.com) encontrará **una herramienta que le permitirá generar el icono** que represente y resuma sus condiciones de privacidad - [https://consentcommons.com/PSD/GENERADOR\\_CC.psd](https://consentcommons.com/PSD/GENERADOR_CC.psd) -. Desde esta página recordamos que **el uso de los iconos no evita la intervención por parte de la AEPD si las condiciones de privacidad son erróneas, los iconos no los representan, o esta detecta algún otro incumplimiento**, por lo que **recomendamos que se busque asesoramiento legal siempre**.

## II.1. ¿Qué problema soluciona Consent Commons? Los problemas de legibilidad de las condiciones de privacidad

Leer textos legales es complicado, aburrido y tedioso. Todos quisiéramos saber cuáles van a ser las consecuencias de aceptar una política de privacidad, descargar una app o contratar un servicio web en términos que podamos comprender.

Son numerosos los estudios e iniciativas que han señalado no solo el tiempo que hay que emplear en la lectura de las condiciones generales de contratación de los servicios on-line sino y de sus condiciones de privacidad.

Cuando se comprueban las estadísticas de lectura de las condiciones de contratación y de privacidad, es evidente que es necesario simplificar la manera de presentar la información. Según varios estudios, un 97% de los usuarios dedicaron 30 segundos en leer las condiciones legales, lo que supone que apenas vieron los primeros párrafos antes de aceptarlas (la media de lectura de un adulto es de 250 palabras por minuto).

Aunque los buenos lectores leen a velocidades de más de mil palabras por minuto, con cerca del 85% de comprensión, solamente representan el 1% del total. Los lectores promedio, que constituyen la mayoría, sólo alcanzan alrededor de 200 palabras por minuto con una comprensión típica del 60%.

La lectura de todas las condiciones legales de los servicios, aplicaciones y productos nos llevaría un mes completo de nuestra vida, según datos del año 2008 a los que nos referiremos más adelante. Desde entonces, con la aparición de los teléfonos inteligentes, el número de aplicaciones, productos y servicios aumentado sin control. Es más que probable que la estimación de un mes al año, por tanto, se haya quedado muy corta.

No es ningún secreto que, a menudo, se marca esa la casilla sin leer el aviso de privacidad.

De hecho, la renuencia a leer los avisos de privacidad se encuentra bien documentada. En este sentido resulta revelador el trabajo realizado por la Universidad de Berkeley<sup>1</sup> en el que plantearon un ejercicio para determinar si la presencia de un *link* a una política legal de privacidad en una *web* o en la descarga de una



*app* tenía alguna influencia significativa en la voluntad de los usuarios para facilitar información personal. El estudio partía de la base de que los usuarios no son conscientes de la elección que realizan y de las consecuencias e implicaciones que para su vida privada puede tener. El resultado fue demoledor: comprobaron que ninguno de los participantes hizo clic en el link que llevaba a las condiciones de privacidad.

La elección sobre si facilitar o no datos personales (el consentimiento informado) parte de la premisa de que los usuarios son seres racionales capaces de leer en profundidad documentos legales para evaluar las prácticas de privacidad y protección de datos de una *web* o una aplicación móvil. Múltiples estudios, además del mencionado, ya han confirmado que la mayoría de nosotros sabemos que estas condiciones legales se leen muy

<sup>1</sup> COEN, Rena; KING, Jennifer; and WONG, Richmond, The Privacy Policy Paradox. UC Berkeley School of Information.



raramente<sup>2</sup>, que leer las políticas de privacidad de cada *web* que se visita nos llevaría una cantidad de tiempo poco razonable<sup>3</sup>, y que están, a menudo, escritas en un lenguaje tan complejo que están lejos de la comprensión lectora de la mayor parte de los usuarios.

Sin embargo, sería erróneo inferir que las personas son indiferentes a cómo se utiliza su información o que el requisito de proporcionar información de privacidad es irrelevante o inaplicable; la actitud de la gente hacia el uso de sus datos es más compleja de lo que un enfoque simplista podría sugerir. Más bien, el problema radica en el formato de muchos avisos de privacidad. Es comprensible que las personas no estén dispuestas a leer los avisos de privacidad que son largos, escritos en términos legales incomprensibles o destinados a proteger a la organización en lugar de informar al titular de los datos.

Las políticas de privacidad y protección de datos son documentos legales escritos por abogados para abogados y no para usuarios finales. Una encuesta de 2009 determinó que la mayoría de los participantes creían que las políticas de privacidad y protección de datos protegían sus derechos, cuando, en realidad, estaban orientadas a proteger al responsable de tratamiento asegurando que la recogida de datos y su cesión son conformes a la normativa de protección de datos<sup>4</sup>.

En 2008, dos investigadoras, Lorrie Faith Cranor y Aleecia McDonald, decidieron calcular cuánto tiempo le llevaría leer cada política de privacidad de los servicios que usaban<sup>5</sup>. Hicieron un sencillo cálculo: si la longitud media de una política de privacidad de los 75 sitios web principales en 2008 era de unas 2.514 palabras, a una tasa de lectura estándar según la literatura académica de aproximadamente 250 palabras por minuto, cada política de privacidad individual debería de llevar a un individuo acostumbrado a leer con frecuencia textos largos una media de 10 minutos. A continuación, identificaron los sitios web -cada uno con su propia política de privacidad- visitados por el estadounidense promedio y, aunque la estimación no fue sencilla (usaron varias fuentes, incluidas sus propias servicios y encuestas) obtuvieron un rango de entre 1.354 y 1.518 de servicios web, lo que suponía una media de 1.462 web con sus consiguientes políticas de privacidad. Conforme este cálculo, llegaron a la conclusión de que si cada usuario de Internet tuviera que leer cada política de privacidad en cada sitio web que visiten, pasarían 25 días al año solo leyendo las políticas de privacidad. Si su trabajo consistiera en leer políticas de privacidad con una jornada laboral de 8 horas diarias, le llevaría 76 días hábiles completar la tarea lo que llevado a números nacionales, supondrían 53.800.000 horas de tiempo requerido en leer las políticas de privacidad.

En Gran Bretaña, el Comité de Ciencia y Tecnología de la Cámara de los Comunes llegó a la misma conclusión: evidenció que la lectura de todos los términos y condiciones que se

---

<sup>2</sup> JENSEN, C., POTTS, C., & JENSEN, C. (2005). Privacy practices of Internet users: self-reports versus observed behavior. *International Journal of Human-Computer Studies*, 63(1), 212. Milne, G. R. and Culnan, M. J. (2004), Strategies for reducing online privacy risks: Why consumers read (or don't read) online privacy notices. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 15-29.

<sup>3</sup> MCDONALD, A. M., & CRANOR, L. F. (2008). The Cost of Reading Privacy Policies. *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society 2008 Privacy Year in Review Issue*, 4, 543.

<sup>4</sup> TUROW, J., KING, J., HOOFNAGLE, C. J., BLEAKLEY, A., & HENNESSY, M. (2009). Americans reject tailored advertising and three activities that enable it. Available at: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1478214](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1478214).

<sup>5</sup> Aleecia M. McDonald y Lorrie Faith Cranor. The Cost of Reading Privacy Policies. *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society*, vol. 4, no. 3 (2008), 543-568. Ohio State University. Moritz College of Law. [https://kb.osu.edu/bitstream/handle/1811/72839/ISJLP\\_V4N3\\_543.pdf](https://kb.osu.edu/bitstream/handle/1811/72839/ISJLP_V4N3_543.pdf)

encuentran en Internet nos llevarían al menos un mes de cada año de vida<sup>6</sup>. Solo para usar Amazon Echo, el dispositivo IoT que incorpora el asistente virtual de Amazon, Alexa, hay que leerse 17<sup>7</sup> contratos de unas 94 páginas que hay que revisar con frecuencia porque los cambios que se hagan afectan al aceptante como si los hubiese leído o aceptado.

Para poner en contexto esta enorme cantidad de tiempo, Cantor y McDonald siguieron algunos procedimientos estándar que la literatura económica sugiere que podrían usarse para calcular el coste de oportunidad de las tareas, resultando que el coste de leer las políticas de privacidad en EEUU en el año 2008 era superior al PIB de Florida de ese año. La de Florida es la cuarta economía estatal más grande de los EE. UU.

Teniendo en cuenta que el trabajo se realizó en 2008, es más que probable que la cantidad de servicios con sus condiciones legales sea mayor a fecha de hoy, no solo por el aumento de la población de Internet en los EE. UU en los últimos 10 años, sino por la incorporación de la movilidad, la hiperconectividad y la multiplicación de servicios. Para Cantor y McDonald, el peso colectivo es tan grande que nadie puede mantener una relación responsable con sus propios datos.

En EEUU, el informe de la Casa Blanca sobre grandes volúmenes de datos<sup>8</sup> observó el fenómeno de la «fatiga de la privacidad»: a pesar de que se facilitaba información sobre el tratamiento, pocos usuarios la leían o la entendían.

Más recientemente (abril de 2020), Visualcapitalism.com calculó el tiempo de lectura de las 14 app más comunes y las representaron en una infografía (<https://www.visualcapitalist.com/terms-of-service-visualizing-the-length-of-internet-agreements/>) (Figuras 2 a 5)

---

<sup>6</sup> House of Commons Science and Technology Committee. Responsible use of data. HC245. Stationery Office Ltd, November 2014. <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm201415/cmselect/cmsctech/245/245.pdf>.

<sup>7</sup> La lista de documentos es la siguiente: Alexa Terms of Use, Amazon.co.uk Conditions of Use & Sale, Amazon.co.uk Privacy Notice, Cookies & Internet Advertising, Amazon Prime Terms and Conditions, Amazon Music Terms of Use, Amazon Device Terms of Use, IMDb Conditions of Use, Amazon Video Terms of Use, Subscriptions/Promotions Terms, Amazon Assistant Conditions of Use, Alexa Voice Service Agreement, Kindle Store Terms of Use, Alexa Voice Service, Audible Service Conditions of Use, Amazon Photos ToU, Program Requirements, y App Distribution Agreement.

<sup>8</sup> Executive Office of the President. Big data: seizing opportunities, preserving values. White House, 1 May 2014. [https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/docs/big\\_data\\_privacy\\_report\\_5.1.14\\_final\\_print.pdf](https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/docs/big_data_privacy_report_5.1.14_final_print.pdf)

MISC

# Visualizing the Length of the Fine Print, for 14 Popular Apps



Published 6 days ago on April 18, 2020  
By Nicholas LePan

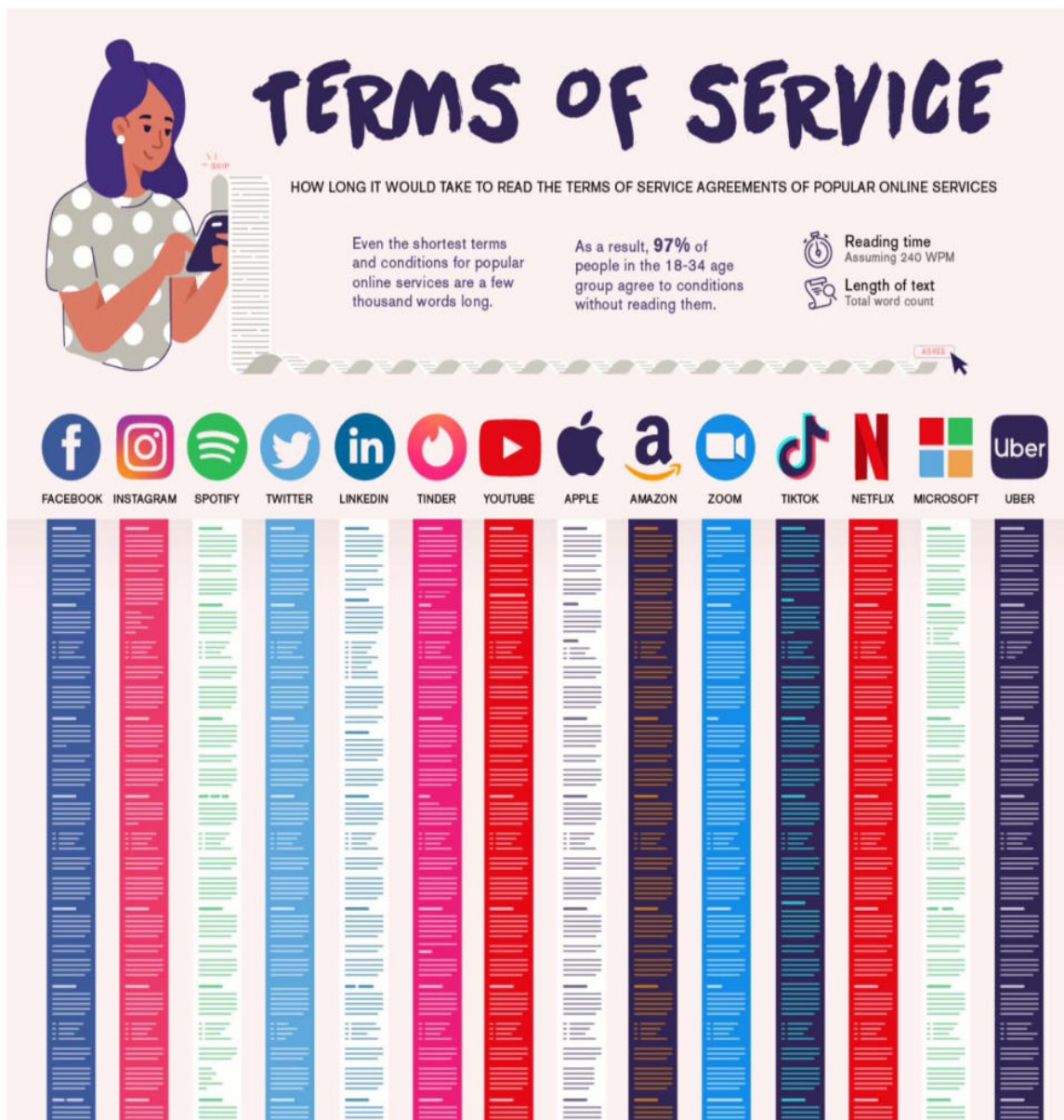


Figura 2

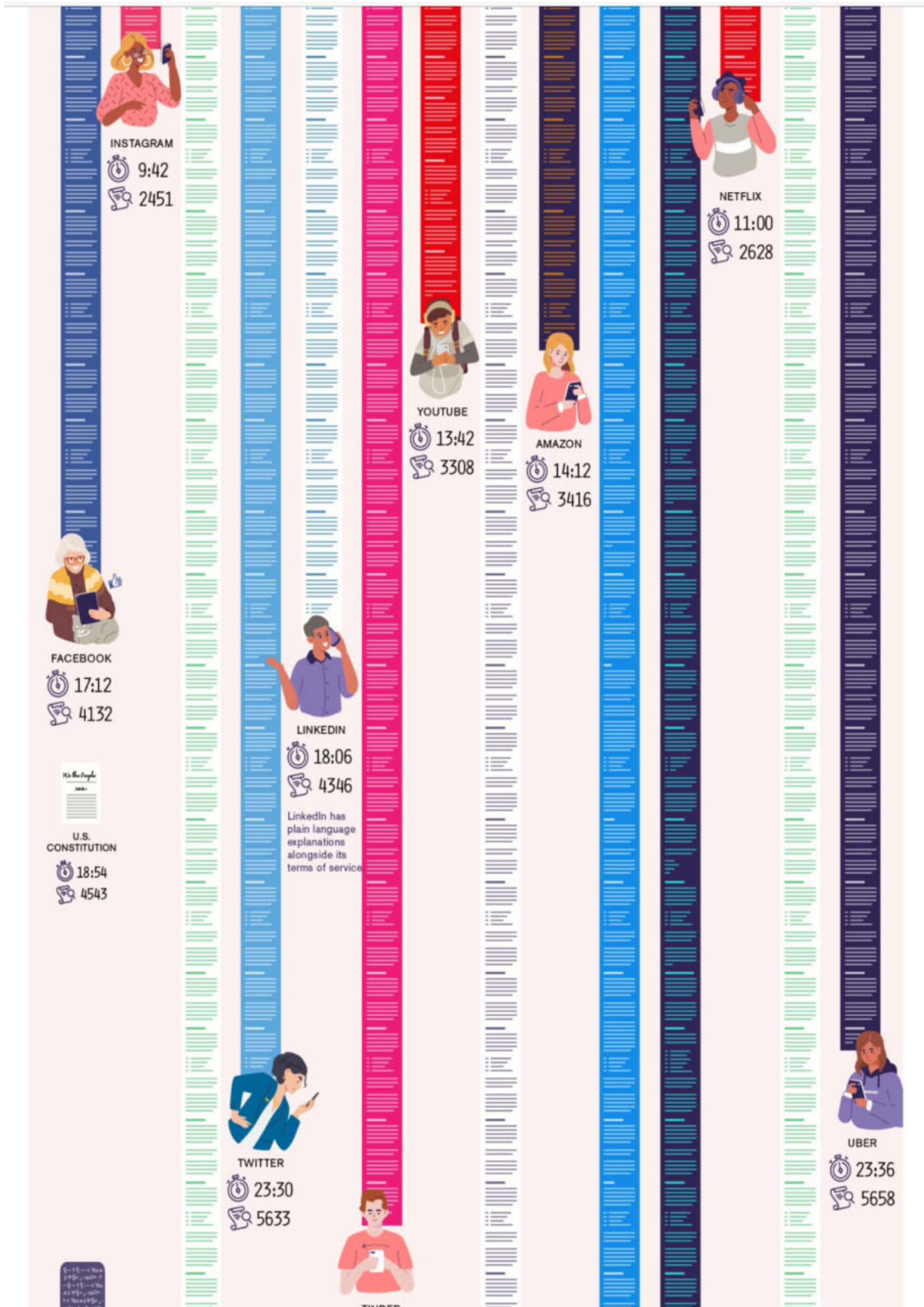


Figura 3

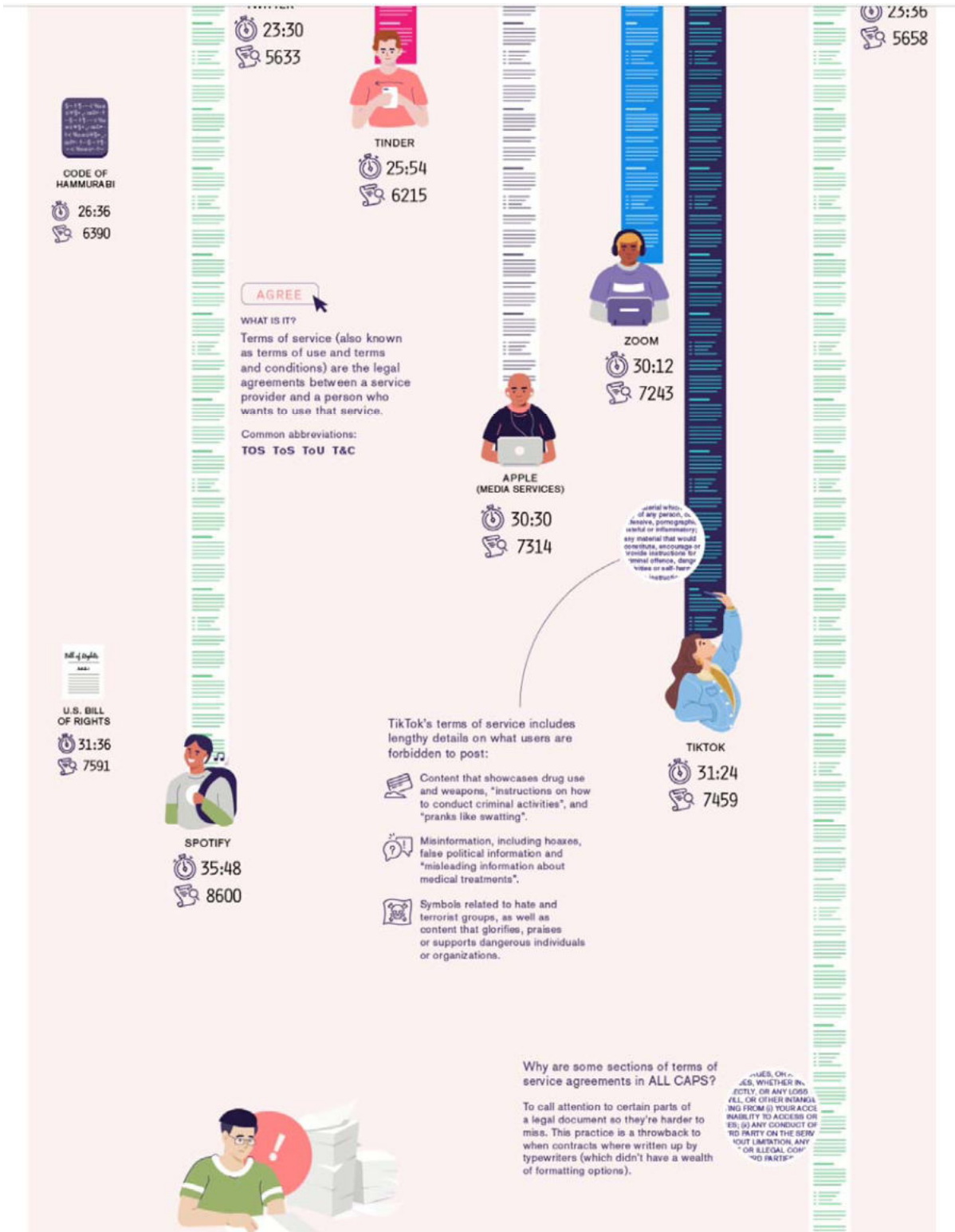


Figura 4



Figura 5

La iniciativa de Visual Capitalism es heredera de la obra del artista ruso Dima Yarovsky quien quiso poner de evidencia la desproporción de las políticas de privacidad en su instalación «I Agree» («Acepto» 2018). Yarovsky imprimió las políticas de privacidad y las expuso en el mundo físico en toda su extensión (Figuras 6 a 9).



Figura 6



Figura 7

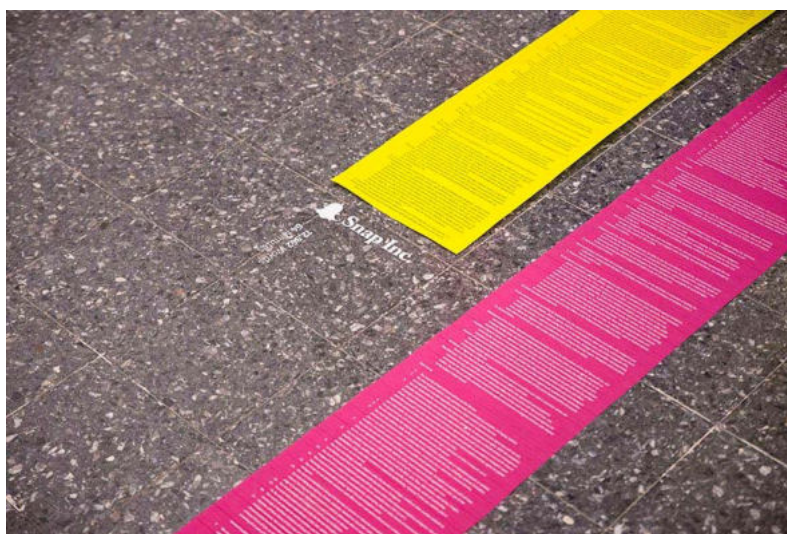


Figura 8

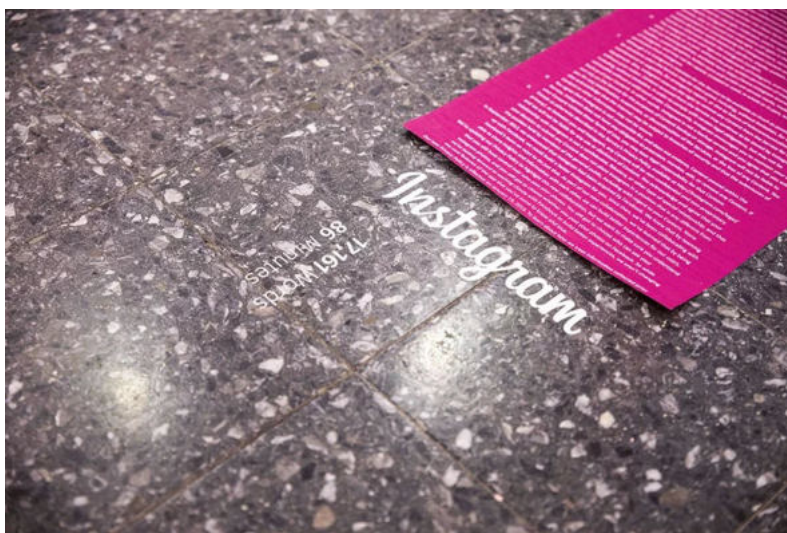


Figura 9

Pero no solo es la longitud, el tiempo imposible de lectura. Es también la complejidad.

Hasta tal punto de complejidad y falta de tiempo hemos llegado, que se ha desarrollado una IA que lee las políticas de privacidad: Polisis<sup>9</sup>, un marco automatizado de análisis de políticas de privacidad alimentado por IA<sup>10</sup>, en cuyo centro hay un modelo lingüístico sobre privacidad, construido con políticas de privacidad de 130.000 sitios web y una novedosa jerarquía de clasificadores de redes neuronales que atiende los aspectos de alto nivel y los detalles detallados de las prácticas de privacidad<sup>11</sup>. Polisis va acompañado de un bot gratuito, PriBot, que responde a las preguntas sobre las políticas de privacidad.

<sup>9</sup> Julio San José Polisis: una IA que se lee las políticas de privacidad por ti. Derecho de la Red. 20 de febrero de 2018

<sup>10</sup> <https://pribot.org/>

<sup>11</sup> Hamza Harkous<sup>1</sup>, Kassem Fawaz<sup>2</sup>, R'emi Lebre<sup>1</sup>, Florian Schaub<sup>3</sup>, Kang G. Shin<sup>3</sup>, and Karl Aberer<sup>1</sup>. Polisis: Automated Analysis and Presentation of Privacy Policies Using Deep Learning. (1 Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL); 2 University of Wisconsin-Madison; 3 University of Michigan) [https://pribot.org/files/Polisis\\_Technical\\_Report.pdf](https://pribot.org/files/Polisis_Technical_Report.pdf)



En este sentido, el periódico The New York Time, dentro de su Privacy Project, leyeron 150 políticas de privacidad. Su conclusión “*They were an incomprehensible disaster*”, un desastre incomprensible (<https://www.nytimes.com/interactive/2019/06/12/opinion/facebook-google-privacy-policies.html>).

Según este trabajo periodístico, solo el texto de Kant “Critica de la Razón Pura” supone un reto de lectura mayor que la política de privacidad de Facebook. Si se observa la Figuras 10, cada punto representa una política de privacidad de un servicio on-line (Amazon, Google, Instagram, etc...). Todos ellas se encuentran, en grado de complejidad lectora entre Grandes esperanzas, de Dickens, y la obra de Kant mencionada, y casi todas ellas entre A Brief history of time, el libro de cosmología de Stephen Hawking, y esta última. Según se muestra en la Figura 11, casi la mitad de los estadounidenses tendrían problemas para comprender las políticas de privacidad de los servicios más habituales.

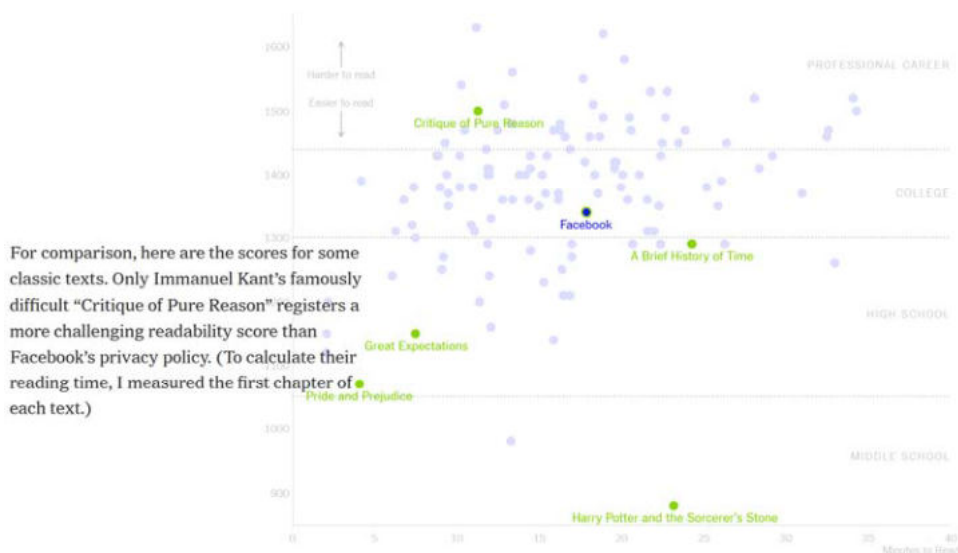


Figura 10

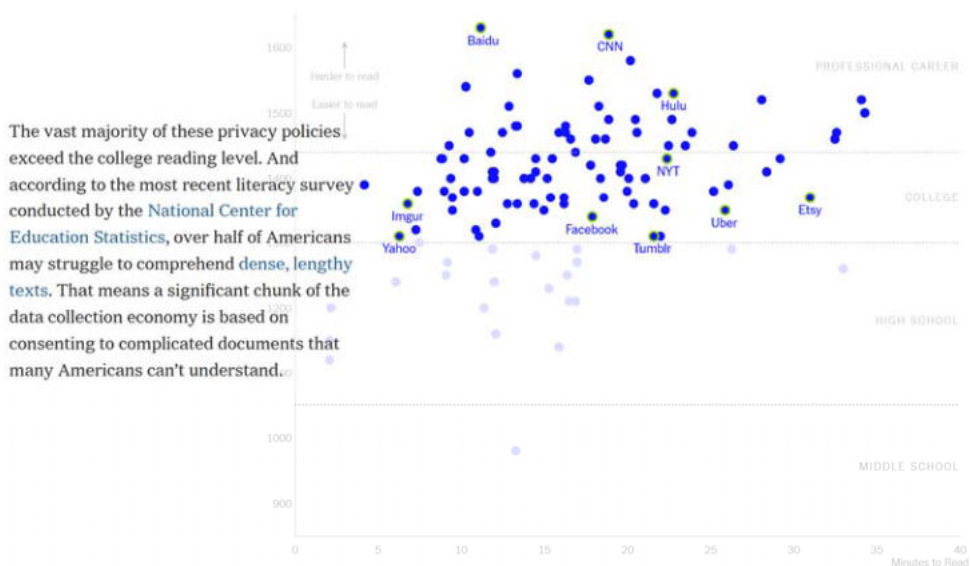


Figura 11

La entrada en vigor del RGPD y su exigencia de claridad ha tenido su impacto en la reducción en la longitud y complejidad de las políticas de privacidad. El mencionado artículo del NYT representa en la Figura 4 la evolución de esta política de Google en los últimos años (Figura 12).

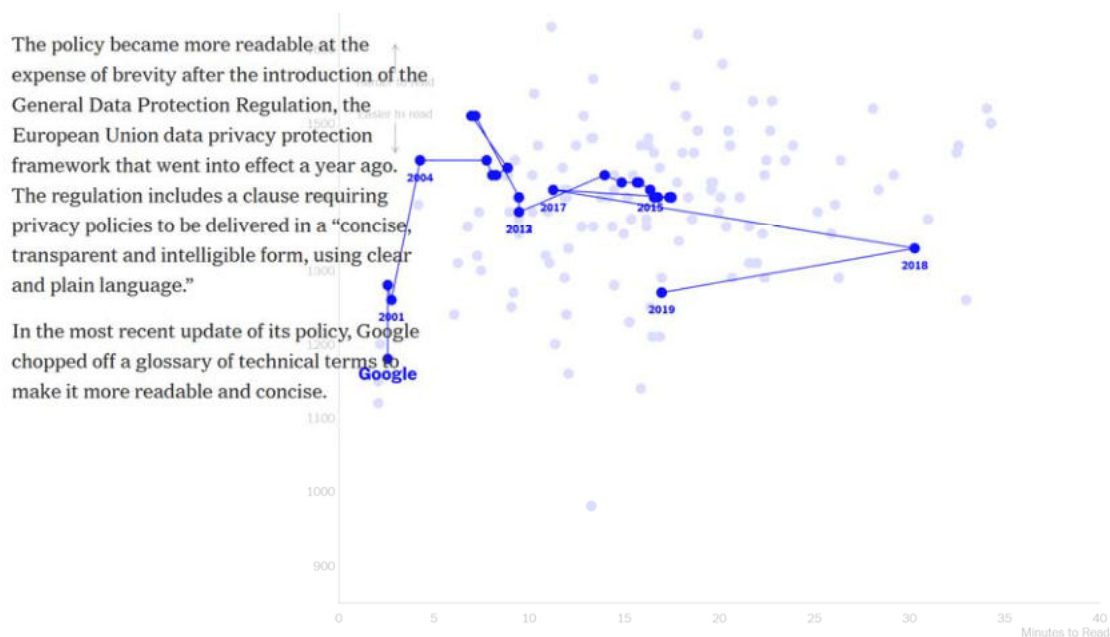


Figura 12

Con la entrada en vigor del RGPD, la transparencia, el comportamiento ético más allá del cumplimiento legal y la responsabilidad proactiva se incorporan a nuestro ordenamiento jurídico imponiendo a las empresas que recaban y tratan datos personales una obligación de hacer que sus cláusulas de información para la recogida del consentimiento sean claras y comprensibles para un consumidor y lector medio.

Con ese afán, y haciendo uso de las técnicas de pensamiento visual y de la propuesta de iconos inicialmente incluida en los borradores del RGPD, nace Consent Commons, inspirado en un modelo de éxito que había hecho lo complicado sencillo para las licencias de propiedad intelectual: Creative Commons.

## II.2 ¿Por qué una solución visual? La previsión de la solución iconográfica en el RGPD

### II.2.1. Lenguaje claro y visual en el RGPD

EL RGPD establece en su considerando (39) que “*Todo tratamiento de datos personales debe ser lícito y leal. Para las **personas físicas** debe quedar **totalmente claro** que se están recogiendo, utilizando, consultando o tratando de otra manera datos personales que les conciernen, así como la medida en que dichos datos son o serán tratados. **El principio de transparencia exige que toda información y comunicación relativa al tratamiento de dichos datos sea fácilmente accesible y fácil de entender, y que se utilice un lenguaje sencillo y claro**”.* Este mandato se repite en el considerando (58) que concreta el principio de transparencia en la exigencia de que no solo se utilice un lenguaje claro y sencillo sino

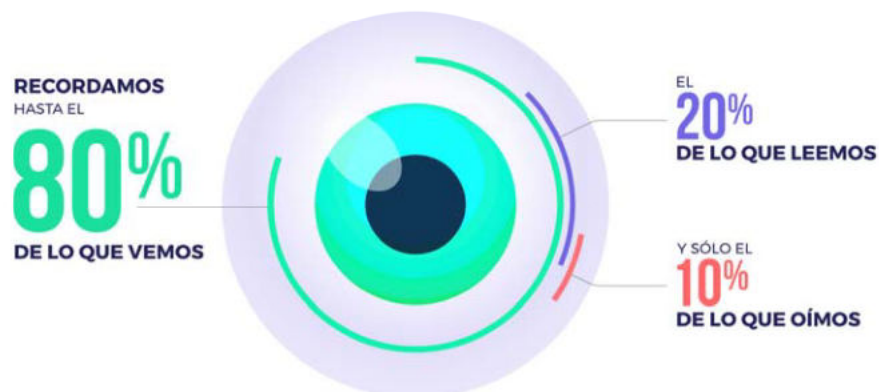
que “**además**, en su caso, **se visualice**”; y se concreta en los artículos 7.2 (Condiciones para el consentimiento) exigiendo que la solicitud de consentimiento se presente de forma inteligible y de fácil acceso y utilizando un lenguaje claro y sencillo.

En lo que hace a la visualización, es el considerando 60 en el que se concreta la opción de que la información al interesado pueda transmitirse “*en combinación con unos **iconos normalizados que ofrezcan, de forma fácilmente visible, inteligible y claramente legible, una adecuada visión de conjunto del tratamiento previsto***”. Será el artículo 12.7 (Transparencia de la información, comunicación y modalidades de ejercicio de los derechos del interesado) el que establezca la posibilidad de que la información que deba facilitarse a los interesados en virtud de los artículos 13 y 14 podrá transmitirse en combinación con iconos normalizados que permitan proporcionar de forma fácilmente visible, inteligible y claramente legible una adecuada visión de conjunto del tratamiento previsto.

Así pues, **Consent Commons** viene a dar respuesta tanto a la necesidad de transparencia, entendida como lenguaje sencillo y claro, así como al diseño de iconos normalizados que permitan proporcionar de forma fácilmente visible, inteligible y claramente legible una adecuada visión de conjunto del tratamiento previsto.

## II.2.2. El efecto de superioridad visual

Gracias al efecto de superioridad visual, una imagen se procesa 60.000 veces más rápido que un texto. Por tanto, recordamos un 80% de lo que vemos, frente a un 20% de lo leemos y un 10 % de lo que oímos. La simplificación del lenguaje legal y la incorporación del lenguaje visual mejora la transparencia, comprensión y recuerdo de los textos con contenido jurídico.



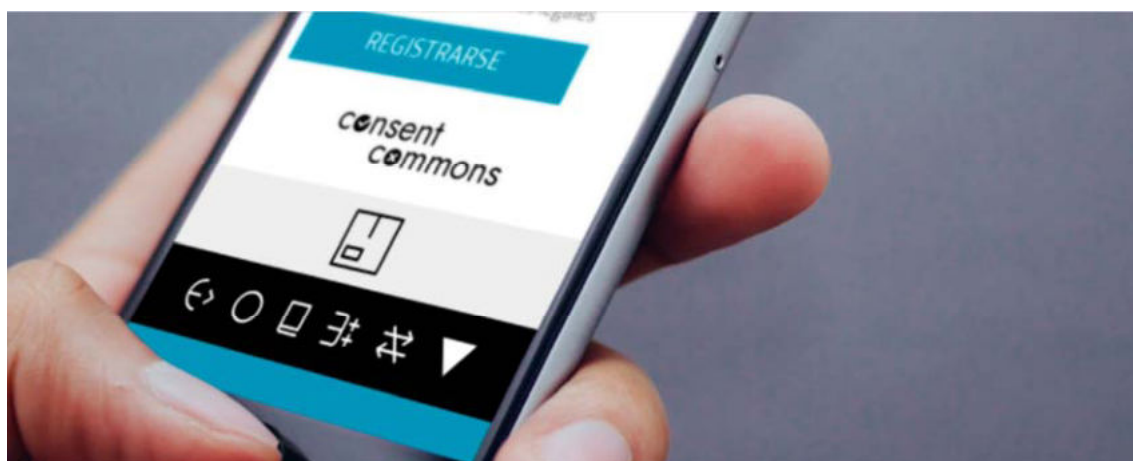
De ahí que, junto con la prevención legal establecida por el RGPD, **Consent Commons** optara por hacer uso del lenguaje visual en el sistema de iconos que describimos a continuación.

### III. El sistema. Consent Commons: un sistema iconográfico para la transparencia

**Consent Commons** es una señalética que ayuda a mostrar visualmente los elementos de información en la recogida de datos personales, un sistema de iconos, en definitiva, que permite de un vistazo resumir la información legal necesaria para recoger el consentimiento (o para informar con otras bases legitimadoras) cuando se recaban datos de personas físicas en entornos on-line o en movilidad.

Tiene como objetivo facilitar la comprensión del uso que se van a dar a esos datos por quien los da de un solo vistazo, de manera rápida, transparente y sencilla, sin perder las garantías legales del lado de quien recaba los datos.

**Consent Commons** facilita de un vistazo todos los elementos de información de básica (“primera capa”) que el responsable de tratamiento ha de facilitar al titular de los datos, siguiendo las recomendaciones de la Guía sobre el deber de informar publicado por las tres agencias de protección de datos españolas (nacional, vasca y catalana) (<https://www.aepd.es/media/guias/guia-modelo-clausula-informativa.pdf>)



Es importante destacar, como hemos indicado más arriba, que el uso y publicación de **Consent Commons** no supone asesoramiento legal, ni su uso evita o previene la actuación y/o sanción de la AGPD, por lo que quien lo use lo hará bajo su propia responsabilidad.

El uso de iconos sencillos y autoexplicativos, reconocibles por el uso continuado por parte de la comunidad, favorece la **transparencia** y es una clara manifestación de la obligación de la **responsabilidad proactiva**, que exige una actitud consciente, diligente y proactiva por parte de las organizaciones frente a todos los tratamientos de datos personales que lleven a cabo.

La guía establece una información en dos capas que se resumen en el siguiente cuadro (Figura 13):

EPÍGRAFE	INFORMACIÓN BÁSICA (1ª capa, resumida)	INFORMACIÓN ADICIONAL (2ª capa, detallada)
Resposable (del tratamiento)	Identidad del Responsable del Tratamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Datos de contacto del Responsable</li> <li>Identidad y datos de contacto del representante</li> <li>Datos de contacto del Delegado de Protección de Datos</li> </ul>
Finalidad (del tratamiento)	Descripción sencilla de los fines del tratamiento, incluso elaboración de perfiles	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción ampliada de los fines del tratamiento</li> <li>Plazos o criterios de conservación de los datos</li> <li>Decisiones automatizadas, perfiles y lógica aplicada</li> </ul>
Legitimación (del tratamiento)	Base jurídica del tratamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Detalle de la base jurídica del tratamiento, en los casos de obligación legal, interés público o interés legítimo</li> <li>Obligación o no de facilitar datos y consecuencias de no hacerlo</li> </ul>
Cesiones	Cesiones a terceros, a empresas del grupo, para la prestación del servicio, etc...	<ul style="list-style-type: none"> <li>Destinatarios o categorías de destinatarios</li> </ul>
Derechos (de las personas interesadas)	Referencia al ejercicio de derechos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cómo ejercer los derechos de acceso, rectificación, supresión y portabilidad de sus datos, y la limitación u oposición a su tratamiento</li> <li>Derecho a retirar el consentimiento prestado</li> <li>Derecho a reclamar ante la Autoridad de Control</li> </ul>
Transferencia internacional de datos	Si se van a transferir los datos dentro o fuera del EEU	<ul style="list-style-type: none"> <li>Países, niveles de protección, etc...</li> <li>Decisiones de adecuación, garantías, normas corporativas vinculantes o situaciones específicas aplicables</li> </ul>
Almacenamiento de los datos	Si se almacenan dentro o fuera de la UE	

Figura 13

Consent Commons añade a la propuesta de la Agencia dos elementos más: el de lugar de almacenamiento de los datos y el riesgo para la privacidad del tratamiento en atención a las demás variables consideradas.

Alrededor de un icono central o iconos centrales, que representan para que van a usarse los datos que se recoge (lo que el RGPD llama la “finalidad”), se construye un **icono final** (Figura 14) el resto de los elementos que el RGPD exige que tenga esta información: si se va a ceder a terceros y para qué, si se van a almacenar en la UE o fuera, si se recogen en el formulario, en un contrato o se basan en el interés legítimo, etc...

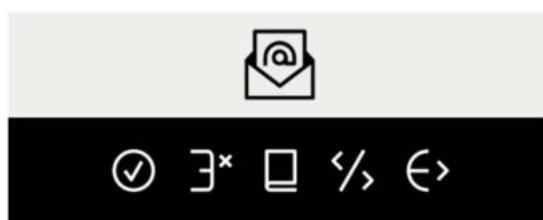


Figura 14

Así pues, y en la parte superior de la pastilla (Figura 15), se ubica uno de los iconos de finalidad (Figura 16).



Figura 15

Se ha optado por dar protagonismo a la finalidad del tratamiento, haciendo que sea evidente para que se recaban los datos. A continuación, incluimos un primer listado de iconos ampliables según se vayan identificando nuevas necesidades. Es de señalar que los iconos pretenden tener un carácter simplificador, con lo que, mientras sea técnicamente posible, se incluirá el icono de finalidad que comprenda al menos una de las categorías indicadas (Figura 16):

**Iconos de finalidad**



Figura 16

Los Iconos de legitimación, cesión, derechos, transferencia internacional y almacenamiento (Figura 17) se ubican en la pastilla inferior del icono final con fondo negro (Figura 18). Si bien como hemos indicado, no se permite la alteración de los iconos, para alinearlos con la imagen corporativa de las organizaciones, el fondo de la pastilla inferior se podrá cambiar al color corporativo. Se aprecia este cambio en los casos de uso.

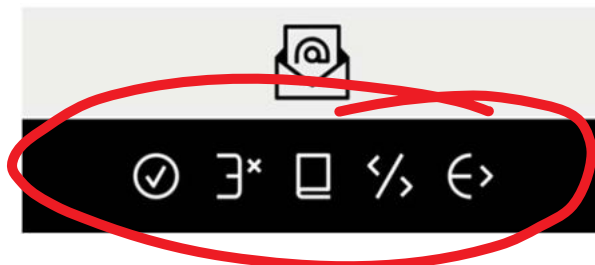


Figura 18

Legitimación	Cesión	Derechos	Transferencia internacional	Almacenamiento
Consentimiento del interesado	No se cederán datos a terceros	Retirar el consentimiento en cualquier momento	No se realizan transferencias int.	Dentro del EEE
Interés legítimo	Si pero solo para la prestación del servicio o la entrega del bien	Oponerse al tratamiento	Si, a países con un nivel equivalente de protección	Fuera del EEE
Base legal	Si pero solo a las empresas del grupo que aparecen aquí.	Acceder, rectificar y suprimir los datos	Si, a países sin un nivel equivalente de protección	
Contractual	Si a empresas terceras y con otras finalidades	A presentar una reclamación ante la autoridad de control		
Interés Vital		A la portabilidad de los datos		
Interés público		Genérico		

Figura 17

A continuación, incluimos el detalle de los distintos iconos (Figuras 19 a 23)



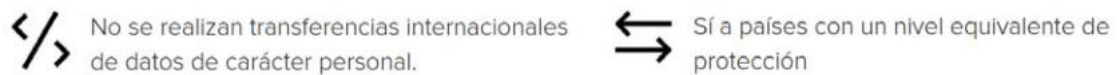
Figura 19. Iconos de legitimación del tratamiento



Figura 20. Iconos de cesión de datos



Figura 21. Iconos de derechos




 Sí a países sin un nivel equivalente de protección que se explican en la información adicional (segunda capa de información).

Figura 22. Iconos de transferencia internacional de datos

 Dentro del Espacio Económico Europeo ("EEE").

 Fuera del Espacio Económico Europeo ("EEE").

Figura 23. Iconos de lugar de almacenamiento de los datos

A continuación incluimos algunos ejemplos de iconos finales (Figura 24):

Consentimientos básicos

Los consentimientos más utilizados en entornos online y apps

			
			
Registro para recibir una newsletter	Alta en servicio web sin elementos de tracking de terceros, sin transferencia internacional y con almacenamiento dentro de la EEE	CV sin elementos de tracking de terceros, sin transferencia internacional y con almacenamiento dentro de la EEE	eCommerce sin elementos de tracking de terceros, con cesión a terceros para hacer llegar los productos con transferencia internacional y con almacenamiento dentro de la EEE

Figura 24

### III.1. La simplificación de la simplificación.

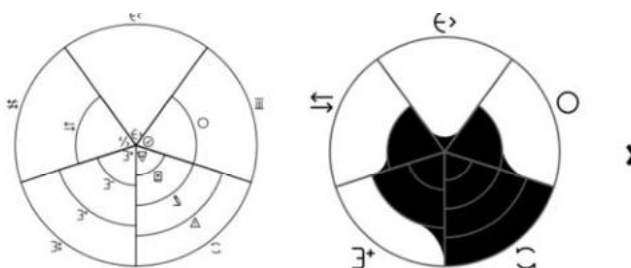
Hemos estado trabajando en la simplificación del sistema de iconos mediante su total sustitución por un icono sistema “mancha de tinta”. Usando los mismos elementos que en el icono final y ordenando la criticidad para la privacidad de cada uno de los elementos de dentro (menos crítico) hacia fuera (más crítico), el titular de los datos puede de manera rápida e intuitiva ver el riesgo que supone el tratamiento de los datos que se le solicitan: cuanto mayor la mancha, mayor el riesgo (Figura 25).

En realidad se trata de la representación gráfica de un análisis de riesgos dibujado como un círculo dividido en cinco partes que se va “manchando” de negro para indicar el riesgo para la privacidad del usuario que la recogida y uso de sus datos puede suponer, más claro para riesgo mínimo, y negro para riesgo máximo. Este icono puede usarse incluso como un indicador interno de las organizaciones para clasificar el riesgo de sus tratamientos y aplicarles las medidas adecuadas en razón del mismo.



Consent Commons incorpora información sobre el **riesgo para la privacidad del tratamiento** de los datos en atención al resto de variables consideradas.

Cada porción del gráfico representa una de las variables anteriores, que se va rellenando **de dentro hacia fuera** conforme aumenta el riesgo.



Ejemplo en el que los datos se almacenan dentro del EEE, con interés legítimo, con cesiones a las empresas del grupo, derecho a la portabilidad de los datos y transferencias a países con un nivel equivalente de protección.

Figura 25

## IV. Consent Commons: Casos de uso

La Fundación Telefónica cedió su Espacio para la presentación de [Consent Commons](#), resaltándola como una iniciativa que nace de la necesidad de facilitar la comprensión y la transparencia de los documentos legales para las personas. A través de un sistema estándar de iconos ayudarán a las empresas a poner al cliente en el centro. Hacen que el sistema legal sea accesible para todos, independientemente de los antecedentes, la discapacidad o el nivel de educación, logrando así proteger a todos los usuarios.

En ese encuentro participaron **Paloma Llana** (The Llana Firm) y **Enrique Rodríguez** (Visualone), responsables de la iniciativa, junto a **Bruno Espinar** de Renfe y **Christoph Steck** de Telefónica, empresas que han implantado Consent Commons en sus servicios y que se han unido ya al proyecto. La actividad fue moderada por **Aitor Goyenechea**.

Se puede acceder al vídeo completo de la presentación desde este link <https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/la-gran-mentira/>

### IV. 1. Telefónica

Telefónica ha incorporado el sistema iconográfico en su web y app Movistar Likes que cuenta con más de un millón de usuarios suscritos, una media de 150.000 visitas mensuales y 5200 clics en el módulo de iconos en el primer mes.



Figura 26

## IV.2. Renfe

Los iconos de **Consent Commons** se han incorporado a la app de Renfe “RaaS” -la apuesta de Renfe por convertirse en un operador de movilidad- (Figura 27), que permite diseñar, reservar y pagar un trayecto en varios medios de transporte de puerta a puerta. De todos los usuarios que se descargaron la aplicación, un 8’08% hicieron click para recibir más información en los iconos de **Consent Commons**.

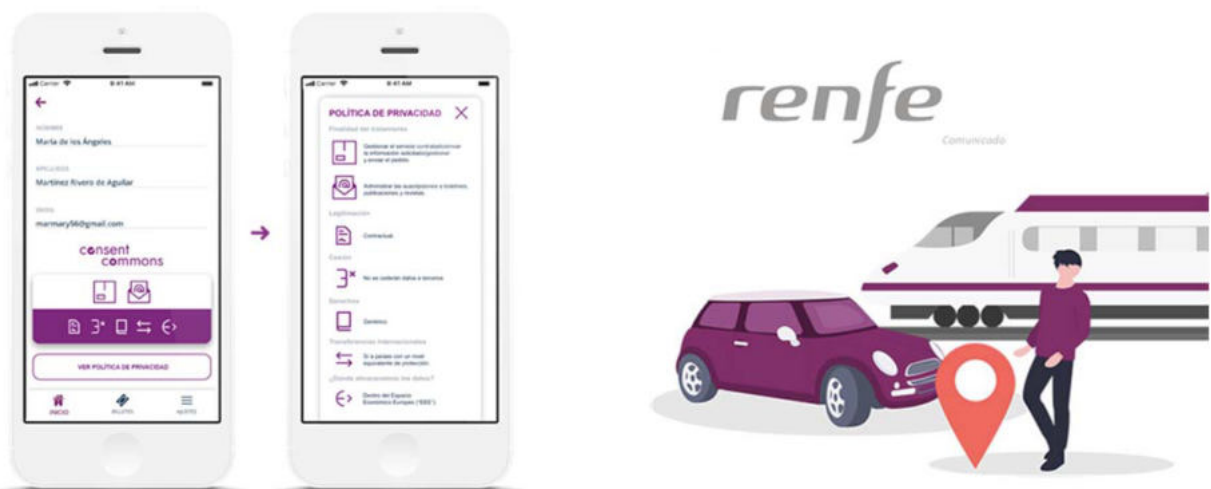


Figura 27

### IV.3. Visual One, The Llaneza Firm, Certicar y Razona

Las empresas cercanas o del grupo de los promotores de Consent Commons también han incorporado el sistema de iconos (Figura 28).

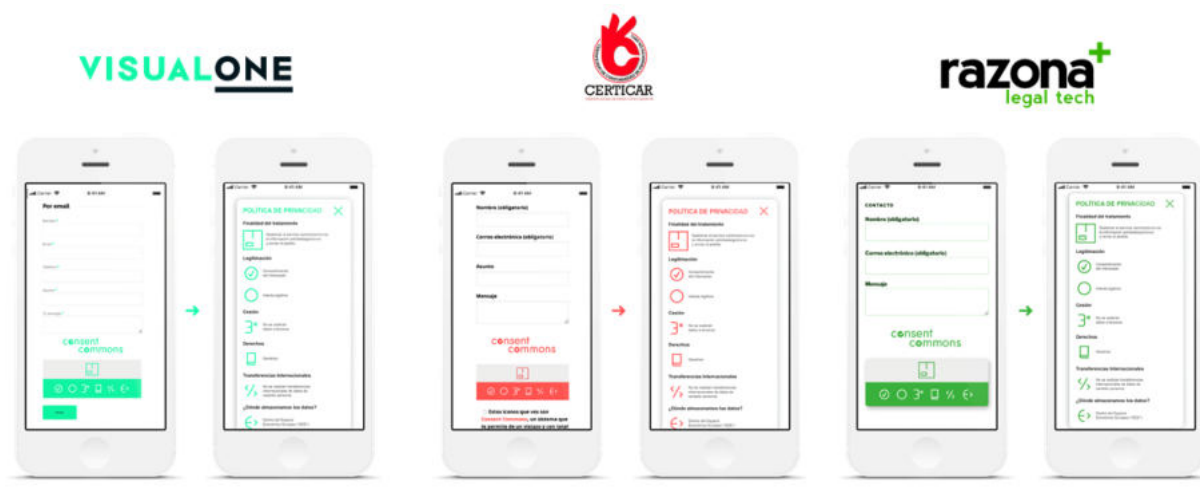


Figura 28

Para facilitar el aprendizaje de los iconos, en todos los proyectos mencionados al hacer click o pasar el dedo o el ratón por encima de los iconos de **Consent Commons** se despliega un cuadro explicativo de cada uno de los iconos empleados.

## V. Consent Commons: Regtech española 2020

**Consent Commons** se incorporó el pasado enero de 2020 al Mapa Regtech de Finnovating Enero 2020 en la vertical de Compliance - <https://www.finnovating.com/news/mapa-regtech-de-finnovating-enero-2020/> - (Figura 29).

**REGTECH** 128 STARTUPS  
JANUARY 2020  
VERSION 3.4  
SpanishMAP

RegTech Unconference PARTNERS: Pinsent Masons, axesor, EQUIFAX

PayTech & RegTech Unconference EUROPE 2020

**CYBERSECURITY**

- authUSB, BRAVE, KnowBe4, Logsploit, SMARTENSE, 4iQ, acerodocs, dokify, enigmedia, QA, syneidis, aensis, buguroo, simarks, stampery, Blueliv, Counter Craft

**DIGITAL ONBOARDING**

- ALICE, ALISE, ALIA, biid, ARIADNEXT, BIOMETRIC VOX, biocryptology, DIGITEL, docdigitizer, ecertic, QFacePhi, inglobaly, loqr, nptakey, soffid, umanick, veridas, TALENTOMOBILE, SNAPSWAP, PLAID, mebbel

**RISKS**

- FICO, INBONIS, NORDIGEN, KRIO, traity

**COMPLIANCE**

- RegTech, SAAS LEGAL, Alembeeks, ARAGON, Complancers, Finamatrix, fonetic, GlobalSuite, HETIKUS, innova, NOESIS, PREDICTIVA, REGTECH, RisMS

**DIGITAL EVIDENCE**

- BLOC KTAC, eEvidence, visualleo, Burovoz, eGarante, ZERTIFIKA, evicertia, zuratrust, Certifydoc, FOXid, Croowly, coloruriis, Lleida.net, Docuten, logalty, Signaturit, ConfirmaSign, Validated ID, CryptoCert, DEBULESUITE, IIVNOSYS, customer comms, Notificad, yousign, terminis, ZealiD

**CONTACT SOLUTIONS**

- bimyou, CHATBOT, commons, FULSION, GUSCHAT, helloumi, hubtype, IT&IS, lang.ai, IMBox, markleer, Nep.com, NEWALLIES, movizzon, reply.ai, Two To Forty, zentio

**TAX MANAGEMENT**

- DECLARANDO, taxdown.

**DATA AGGREGATION**

- Afterbanks, eurobits, KONTOMATK, ENVESTNET, fanatool, tink

**Finnovating**  
Accelerating Open Innovation

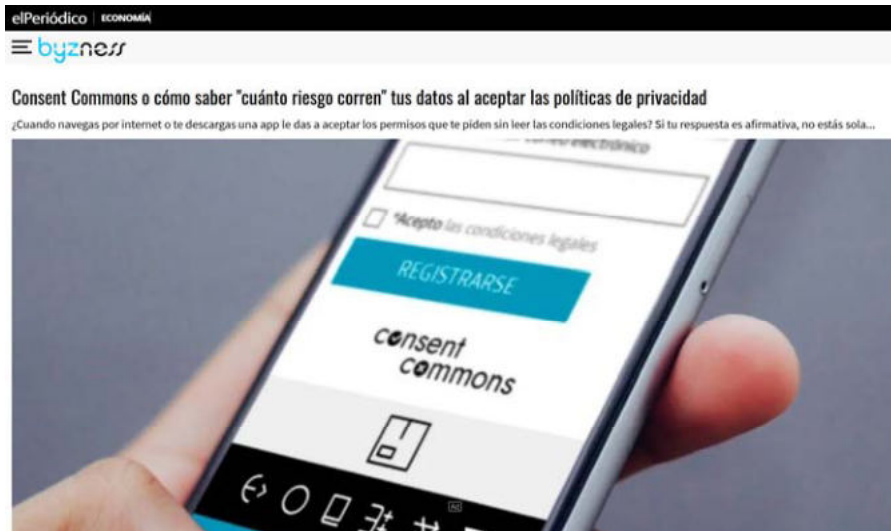
INFO: contacto@finnovating.com | http://www.finnovating.com/news/mapa-regtech/

Figura 29

## VI. Consent Commons en los medios

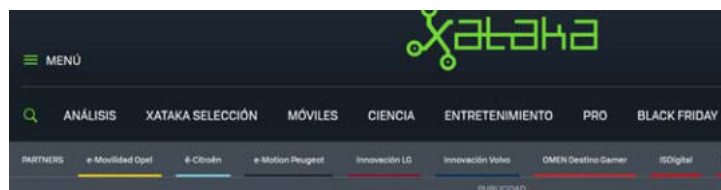
**El Periódico:** Consent Commons o cómo saber "cuánto riesgo corren" tus datos al aceptar las políticas de privacidad

<https://byzness-elperiodico.com.cdn.ampproject.org/c/s/byzness.elperiodico.com/es/amp/innovadores/20200724/consent-commons-vistazo-riesgo-datos-politicas-privacidad-8052153>)



**Xataka:** Consent Commons es la iniciativa española que quiere simplificar los textos legales con iconos a nivel mundial

<https://www.xataka.com/legislacion-y-derechos/consent-commons-iniciativa-espanola-que-quiere-simplificar-textos-legales-iconos-a-nivel-mundial>



Consent Commons es la iniciativa española que quiere simplificar los textos legales con iconos a nivel mundial



**El País:** Leer las condiciones de tus 'apps' te puede llevar más tiempo que el Quijote

[https://elpais.com/tecnologia/2020-06-23/leer-las-condiciones-de-tus-apps-te-puede-llevar-mas-tiempo-que-el-quiote.html?ssm=LK\\_CC](https://elpais.com/tecnologia/2020-06-23/leer-las-condiciones-de-tus-apps-te-puede-llevar-mas-tiempo-que-el-quiote.html?ssm=LK_CC)



En Madrid, a veintitrés de noviembre de dos mil veinte.