

PROTOCOLO GENERAL DE ACTUACIÓN

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) como Ente de Derecho Público, con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada, que actúa con plena independencia de las Administraciones Públicas en el ejercicio de sus funciones.

Y, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), miembro de la European Advertising Standards Alliance (EASA) es una asociación independiente sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España.

EXPONEN

El Reglamento (UE) 2016/679, General de Protección de Datos (RGPD), publicado en el DOUE de 4 de mayo de 2016 y cuya aplicación efectiva tendrá lugar el 25 de mayo de 2018, establece la obligación de que las Autoridades de Protección de datos promuevan la elaboración de códigos de conducta destinados a contribuir a la correcta aplicación de la normativa de protección de datos personales.

Entre los objetivos de los códigos de conducta se prevé expresamente la de articular procedimientos extrajudiciales y otros procedimientos de resolución de conflictos que permitan resolver las controversias entre los responsables del tratamiento de datos personales y los interesados afectados.

En particular, el Reglamento prevé que incorporen un organismo de supervisión de acreditada independencia y pericia en relación con el objeto del Código de conducta.

La experiencia reciente de la AEPD en la aplicación de la vigente normativa de protección de datos personales pone de manifiesto que una de las principales denuncias de los ciudadanos es la relacionada con la suplantación de su identidad en la contratación de servicios prestados por los operadores de comunicaciones electrónicas, y con la publicidad no solicitada.

La suplantación de la identidad en la contratación de estos servicios produce consecuencias particularmente negativas para los interesados generando la facturación de servicios que no han contratado, el requerimiento del pago de los mismos y la inclusión en los denominados ficheros de morosidad en el supuesto de impago. Inclusión que da lugar a situaciones de discriminación al figurar indebidamente como morosos en ficheros accesibles a un elevado número de entidades de diversos sectores de actividad, restringiendo sus posibilidades para la contratación de servicios y para el acceso al crédito.

Por su parte la publicidad no solicitada implica una intromisión en los derechos de sus destinatarios especialmente cuando han manifestado su oposición expresa a recibirla.

Los efectos negativos que se han descrito aconsejan, en línea con las previsiones del RGPD, promover procedimientos de resolución de estas controversias entre las partes afectadas, que ofrezcan a los ciudadanos la posibilidad de obtener una respuesta rápida y eficaz a las reclamaciones que hayan presentado previamente ante el responsable del tratamiento de datos, accediendo voluntariamente a estos procedimientos.

Todo ello sin que el acceso a estos procedimientos implique una limitación para la presentación de reclamaciones ante la Agencia Española de Protección de Datos.

La participación en estos procedimientos de una entidad independiente cuyo reconocido prestigio en la solución de controversias sea aceptada por las empresas afectadas constituye un elemento adicional que contribuirá a garantizar la adecuada canalización de las reclamaciones de los ciudadanos.

Desde 1996 AUTOCONTROL ha desarrollado su actividad como sistema de autorregulación publicitaria en España. Asimismo, interviene como órgano independiente de resolución de controversias en 19 códigos deontológicos sectoriales.

En particular, la experiencia de AUTOCONTROL en la resolución de controversias ha quedado acreditada por los más de 3.500 casos resueltos a través de la mediación y por su Jurado de la Publicidad relativos a reclamaciones publicitarias.

Por su parte EASA es interlocutor de las Instituciones Europeas en materia de autorregulación.

Por ello, AUTOCONTROL manifiesta su voluntad de poner en práctica un procedimiento de mediación voluntaria para la tramitación de reclamaciones de los ciudadanos que se plasma en el «Protocolo para la resolución extrajudicial de reclamaciones relativas a la protección de datos en el ámbito de contratación y publicidad de servicios de comunicaciones electrónicas». Protocolo que está abierto a la adhesión de los operadores de servicios de telecomunicaciones.

AGENCIA
ESPAÑOLA DE
PROTECCIÓN
DE DATOS



La Agencia Española de Protección de Datos acoge con satisfacción esta iniciativa, como instrumento que permite avanzar en la consecución de los objetivos del RGPD, anima a los operadores de los citados servicios a participar en la misma y expresa su voluntad de colaborar en su difusión.

Lo que firman, por duplicado, en Madrid, a 15 de septiembre de 2017.

Dña. Mar España Martí
Directora de la AEPD

Dña. Almudena Román Domínguez
Presidenta de AUTOCONTROL