

Posicionamiento de Adigital y Ametic sobre la propuesta de reglamento sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política en la Unión Europea

Fecha: marzo 2023

Llamamiento de las asociaciones digitales a las Instituciones Europeas a rectificar a tiempo la regulación sobre anuncios políticos

A los legisladores del Parlamento Europeo, de la Comisión Europea y del Consejo:

Desde Adigital y AMETIC, asociaciones representantes del ecosistema de empresas digitales en España, queremos trasladarles que hemos recibido con inquietud los últimos avances realizados en el seno de la Unión Europea sobre la **Propuesta de Reglamento Europeo sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política**, votada en Plenario del Parlamento Europeo el 2 de febrero y ahora pendiente de las negociaciones en trío con el Consejo de la UE y la Comisión.

Desde nuestras organizaciones, estamos a favor de una regulación de este tipo de comunicaciones y de que se establezca el marco adecuado para el discurso cívico en la Unión Europea. Sin embargo, no podemos dejar de llamar la atención de los legisladores en torno a una serie de puntos incluidos en la versión actual de la propuesta que, de ser finalmente aprobados, afectarían sustancialmente a **principios, tan fundamentales para la estabilidad de la Unión Europea, como la libertad de expresión o la de acceso a la información.**

Les rogamos que, como legisladores, tengan en cuenta las posiciones que les exponemos en estas líneas y sopesen las **graves consecuencias que desde la industria vemos para la democracia en el texto actual de la propuesta.**

Restricciones a la libertad de expresión sobre los servicios de publicidad política (Artículo 12)

Mientras nos parecía acertado el enfoque de la Comisión LIBE en cuanto a los servicios de publicidad política (Art. 12) pues supondría una **protección del compromiso cívico online** y permitiría que los usuarios siguieran recibiendo recomendaciones sobre temas sociales y políticos entre una gran variedad de temas, nos vemos obligados a expresar gran preocupación ante el Enfoque General del Consejo y que resultaría en que **cualquier discurso político de cualquier persona, fuera considerado como “publicidad”, acarreado una serie de restricciones a la libertad de expresión y de acceso a la información, pilares básicos sobre los que se sustenta la Unión Europea.**

Obligaciones exorbitantes de monitorización (Artículos 5-7)

Por otra parte, estamos totalmente alineados con la intención de **aumentar la transparencia en la publicidad política** y de acuerdo con que los anunciantes y patrocinadores deben proporcionar información pertinente. Sin embargo, consideramos que las medidas de diligencia debida y los mecanismos proactivos de denuncia de los usuarios propuestos son desproporcionados. Nos preocupa profundamente que, a través de este Reglamento, se cree

una **obligación general de monitorización y responsabilidad para las plataformas** que resultaría, sin duda, en una eliminación excesiva de contenido y, por tanto, de nuevo, en una **merma de los Derechos Fundamentales de la Unión**.

Mecanismos de denuncia que podrían interceder en la libertad de expresión y el derecho a la información (Artículo 9)

Sobre los mecanismos de denuncia planteados en el Art. 9, debemos destacar que permitir que cualquier anuncio político pueda ser cuestionado por cualquier usuario y respondido por una plataforma en 48 h dejaría abierta la puerta a **peligrosas interferencias extranjeras y abusos del sistema**, que, como lamentablemente conocemos, **alterarían gravemente el funcionamiento democrático de la Unión y los Estados Miembro**. De llevarse a cabo la iniciativa, tal como está actualmente planteada, **cualquier opositor político malicioso podría utilizar este canal para denunciar mensajes políticos perfectamente legítimos**, obligando a los editores a asumir la responsabilidad de ser jueces -en 48 h- de algo tan delicado como la determinación de si un contenido puede ser considerado “político” o no.

Por las consecuencias que de esto podrían derivarse, rogamos que los legisladores tengan en cuenta la gravedad de este asunto y alteren esta provisión, **eliminando los ajustados tiempos de respuesta** e incorporen, al menos, requerimiento de que los **avisos estén fundamentados** -cumpliendo y siendo consistente con el Reglamento de Servicios Digitales (DSA) recientemente aprobado- y **provengan de Autoridades competentes** y no de cualquier usuario con acceso a Internet en cualquier parte del mundo.

Inconsistencia con normativas de protección de datos y servicios digitales

Por otro lado, y en relación con la legislación vigente, alertamos de que los estándares relativos a **datos personales en este marco irían más allá de lo establecido** en el Reglamento General de Protección de Datos y en el Reglamento de Servicios Digitales (DSA). El texto sobre el que se negocia ahora mismo en trílogo requiere (Art. 12, planteado por la Comisión LIBE) una serie de **restricciones sobre los tipos de datos personales y datos técnicos** necesarios para publicar un anuncio. Recordamos que algunas autoridades de Protección de Datos consideran estos últimos (como la dirección IP o la información del navegador) como datos personales. Así, sin contar con esta información, estos anuncios no podrían mostrarse a los usuarios. Requerimos, por tanto, a los legisladores que modifiquen este punto sobre esta materia en aras de permitir, al menos, una **excepción a los datos técnicos para consentir que estos anuncios, indispensables para la democracia, existan en todo el territorio de la Unión**.

Un mayor período de adaptación para su aplicación

Finalmente, y dada la ingente cantidad de cambios en la estructura y mecanismos de funcionamiento de las empresas que puede acarrear este Reglamento, instamos a los legisladores a proporcionar un **tiempo razonable para su implementación definitiva de, al menos, 12 meses**.

Con todo, rogamos a los legisladores participantes en los trílogos a que valoren tanto los efectos directos como colaterales que de la propuesta de reglamento sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política podrían derivarse, **en detrimento de la libertad de expresión, de la libertad de información y de la democracia del conjunto de la Unión Europea** y les hacemos un llamamiento a modificar, a tiempo, las disposiciones ahora mismo contenidas en el texto y que podrían menoscabar derechos tan relevantes como los mencionados.

Adigital

AMETIC