

**PROPUESTA DE REGLAMENTO SOBRE LA TRANSPARENCIA Y  
LA SEGMENTACIÓN DE LA PUBLICIDAD POLÍTICA EN LA UNIÓN EUROPEA**

**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 (Art. 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”, acarreando 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.**

## PROPUESTA DE REGLAMENTO SOBRE LA TRANSPARENCIA Y LA SEGMENTACIÓN DE LA PUBLICIDAD POLÍTICA EN LA UNIÓN EUROPEA

### **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 48h 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 48h- 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 trólogo 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 que **proporcionen 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**.