

AUTOCONTROL

El sistema de autorregulación sobre protección de datos personales y publicidad

Entidad privada

AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (en adelante, "AUTOCONTROL"), es el organismo de autorregulación y supervisión de la industria publicitaria en España formado por los principales anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales relacionadas con la actividad publicitaria.

La asociación fue constituida en 1995 como asociación sin ánimo de lucro. Su objetivo es velar por una publicidad responsable, esto es, veraz, legal, honesta y leal. Para cumplir con esta labor, AUTOCONTROL se apoya sobre la base de tres instrumentos principales: los Códigos de Conducta, el Jurado de la Publicidad y su Asesoría Jurídica.

Descripción general

AUTOCONTROL, como organismo nacional de autorregulación, inició su actividad centrada en el ámbito de la normativa legal y deontológica publicitaria, con especial atención a los contenidos publicitarios. A medida que la publicidad ha ido evolucionando, especialmente con la aparición y desarrollo de la publicidad digital, su actividad se ha ido ampliando para cubrir también aspectos relacionados con los formatos (por ejemplo, publicidad a través de *influencers*) y otros conexos como la privacidad y la protección de datos.

En un entorno de constante cambio, en el que la flexibilidad y la rapidez de actuación son determinantes, cobran especial importancia los mecanismos de autorregulación, que se caracterizan por reunir tales características. Se trata -como seguidamente veremos- de mecanismos eficaces y eficientes que reflejan el compromiso de la industria de cumplir determinados principios y normas, y su sometimiento a la resolución de eventuales reclamaciones por parte de un tercero independiente.

La presente candidatura pone en valor el rol de AUTOCONTROL como organismo de autorregulación desde el punto de vista de la protección de datos personales. A tal fin se pone de manifiesto su papel en el ámbito de la protección de datos, a partir de las herramientas que ha puesto a disposición de consumidores y usuarios, y empresas en este ámbito.

Adecuación de la iniciativa al objeto del premio

Este proyecto se presenta como candidato al "Premio a la Proactividad y Buenas Prácticas en el Cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos y la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales", en su Modalidad A: "buenas prácticas e iniciativas llevadas a cabo por las empresas, asociaciones y fundaciones del sector privado para el cumplimiento del RGPD y la LOPDGDD".

La candidatura pone en valor cómo la actividad de AUTOCONTROL en el área de protección de datos ha contribuido de manera enormemente significativa, y sigue contribuyendo, a reforzar las garantías del derecho fundamental a la protección de datos personales en el ámbito publicitario a través de la asesoría a empresas, la resolución de conflictos con consumidores, y la concienciación y formación a ambas partes.

A lo largo de la propuesta se detalla cómo AUTOCONTROL, a través de la oferta de herramientas innovadoras, y la creación de recursos formativos y divulgativos, prima la proactividad y las buenas prácticas, tanto internamente a nivel de la asociación, como

externamente de cara a empresas (socias y no socias), al sector publicitario en general, y a los consumidores.

La relevancia, innovación y contribución a la creación de una cultura de protección de datos

Siendo conscientes de que el derecho a la protección de datos personales es un derecho fundamental, desde AUTOCONTROL se considera que el sector publicitario debe contar con mecanismos que les permitan garantizar los derechos de los interesados a la protección de sus datos y el uso ético de dicha información en sus actividades publicitarias.

Así, entender y aplicar buenas prácticas de protección de datos no solo protege a los consumidores, sino que también fortalece la confianza en las marcas, en los organismos públicos y en las propias compañías que pueden mostrar su compromiso con los valores éticos y deontológicos.

Es por ello por lo que AUTOCONTROL creó, en 2013, un departamento específico de protección de datos nacido, inicialmente, para prestar el servicio Cookie Advice®, cuyo objetivo es ofrecer una consultoría técnica/informática y jurídica de adecuación de los sitios web a la normativa de cookies. En la actualidad se han realizado más de 1000 informes de Cookie Advice®, ayudando así al sector a cumplir la normativa con respecto a la utilización de este tipo de dispositivos que impactan en millones de personas.

Ya en 2018 y de manera previa a la aplicación del RGPD, se lanzaron los servicios Data Advice® (que puede incluir la revisión y elaboración de políticas, protocolos o informes entre otras herramientas de asesoramiento), Web Advice® (para la revisión de las cláusulas de protección de datos de la página web) en la que se han empleado más de 10.000 horas de trabajo y la Unidad de Mediación (para la resolución de conflictos relacionados con protección de datos, inicialmente, en el sector de las telecomunicaciones).

En 2020, la AEPD aprobó el “Código de Conducta para el Tratamiento de Datos en la Actividad Publicitaria”, lo que amplió el ámbito de actuación de la Unidad de Mediación para tramitar no sólo reclamaciones relacionadas con el sector de las telecomunicaciones, sino todas aquellas relacionadas con una actividad publicitaria. Hasta la fecha la Unidad de Mediación de AUTOCONTROL, he gestionado más de 3.000 reclamaciones en protección de datos, ligadas a estos programas.

Grado de cumplimiento de los proyectos. Grado de riesgo y complejidad de los tratamientos

El tratamiento de los datos personales afectados por los diferentes ámbitos en los que AUTOCONTROL asesora o media, pueden derivar en graves consecuencias para los interesados, de no realizarse correctamente, lo que se traduce en riesgos tales como usurpaciones de identidad resultantes en la contratación de servicios no solicitados, o la inscripción ilegítima en ficheros de solvencia patrimonial.

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

Es por ello por lo que, teniendo en cuenta las graves consecuencias que puede tener para los interesados un tratamiento ilícito de sus datos personales, AUTOCONTROL ha articulado diferentes mecanismos que permiten, por un lado, que las empresas puedan solicitar asesoramiento de manera previa al inicio del tratamiento y, por otro lado, que los consumidores puedan presentar reclamaciones de manera gratuita relacionadas con una actividad publicitaria o derivada del tratamiento de datos en el sector de las telecomunicaciones. Dichas reclamaciones serán resueltas en un plazo inferior a 30 días hábiles.