



PABLO FERNANDEZ BURGUEÑO
PABLOFB [REDACTED]

Registro de Entrada: [REDACTED]/2018

Registro de Salida: [REDACTED]/2018

En relación a su escrito ponemos en su conocimiento que esta AEPD ha indicado en su informe sobre el anteproyecto de ley orgánica (actualmente proyecto de ley), que se está tramitando en las Cortes Generales lo siguiente:

El artículo 16 del Anteproyecto se refiere a los sistemas de exclusión publicitaria, conocidos como "listas Robinson", fijando sus condiciones básicas en términos similares a los establecidos en el artículo 49 del Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999.

Así, se establece en primer lugar la licitud de estos sistemas, basados no sólo en el interés legítimo de quienes los mantienen y de los terceros que pretendan llevar a cabo tratamientos de datos con fines de prospección comercial, sino en el propio derecho de los afectados que no quieren ser objeto de este tipo de tratamientos, al haber manifestado expresamente su negativa u oposición al respecto.

Dichos sistemas incluirán los datos identificativos de los afectados, debiendo esta previsión integrarse con lo previsto en el artículo 25.2 del propio Anteproyecto, según el cual "Cuando la supresión derive del ejercicio del derecho de oposición con arreglo al artículo 21.2 del Reglamento (UE) 2016/679, el responsable podrá conservar los datos identificativos del afectado necesarios con el fin de impedir tratamientos futuros para fines de mercadotecnia directa". De este modo, por datos identificativos deberá

entenderse no sólo el nombre de los afectados, sino también los datos relacionados con el canal respecto del que se ejerza la oposición.

Por lo demás, se mantienen las previsiones contenidas en el artículo 49 del Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, tanto en cuanto a la obligación del responsable ante el que se ejercite la oposición de informar al afectado acerca de los sistemas de exclusión existentes como en la obligación de consulta de estos sistemas por quienes pretendan realizar el tratamiento de datos con fines de publicidad y prospección comercial, a fin de garantizar los derechos de quienes se hubieran incorporado a estos sistemas de exclusión.

En este sentido, el citado precepto en el proyecto de ley es el artículo 23 con el siguiente contenido:

Artículo 23. Sistemas de exclusión publicitaria.

Código Seguro De Verificación:	[REDACTED]	Fecha	20/02/2018
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Jefe de Área de Atención Al Ciudadano - [REDACTED]		
Url De Verificación	https://sedeagpd.gob.es	Página	1/2



1. Será lícito el tratamiento de datos de carácter personal que tenga por objeto evitar el envío de comunicaciones comerciales a quienes hubiesen manifestado su negativa u oposición a recibirlas.

A tal efecto, podrán crearse sistemas de información, generales o sectoriales, en los que sólo se incluirán los datos imprescindibles para identificar a los afectados. Estos sistemas también podrán incluir servicios de preferencia, mediante los cuales los afectados limiten la recepción de comunicaciones comerciales a las procedentes de determinadas empresas.

2. Las entidades responsables de los sistemas de exclusión publicitaria comunicarán a la Agencia Española de Protección de Datos su creación, su carácter general o sectorial, así como el modo en que los afectados pueden incorporarse a los mismos y, en su caso, hacer valer sus preferencias.

La Agencia Española de Protección de Datos hará pública una relación de los sistemas de esta naturaleza que le fueran comunicados, incorporando la información mencionada en el párrafo anterior.

3. Cuando un afectado manifieste a un responsable su deseo de que sus datos no sean tratados para la remisión de comunicaciones comerciales, éste deberá informarle de los sistemas de exclusión publicitaria existentes, pudiendo remitirse a la información publicada por la Agencia Española de Protección de Datos.

4. Quienes pretendan realizar comunicaciones comerciales, deberán previamente consultar los sistemas de exclusión publicitaria que pudieran afectar a su actuación, excluyendo del tratamiento los datos de los afectados que hubieran manifestado su oposición o negativa al mismo. A estos efectos, para considerar cumplida la obligación anterior será suficiente la consulta de los sistemas de exclusión publicitaria incluidos en la relación publicada por la Agencia Española de Protección de Datos.

Atentamente,

Código Seguro De Verificación:		Fecha	20/02/2018
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Jefe de Área de Atención Al Ciudadano -		
Url De Verificación	https://sedeagpd.gob.es	Página	2/2