

LISTAS ROBINSON DE EXCLUSION PUBLICITARIA

1. QUE SON LAS LISTAS ROBINSON

La Lista Robinson es un servicio de exclusión publicitaria a disposición de los consumidores que tiene como objetivo disminuir la publicidad que éstos reciben.

El Servicio de Listas Robinson se enmarca en el ámbito de la publicidad personalizada, es decir, aquella publicidad que recibe un usuario a su nombre y dirección.

Este tipo de publicidad en la actualidad es una actividad necesaria desarrollada por todo tipo de entidades ya sean privadas o públicas, con ánimo de lucro o no.

La relevancia que para el avance y progreso de la actividad económica, social o cultural desarrollada por cualquier tipo de entidad, ya sea privada o pública, con ánimo de lucro o no, tiene el tratamiento de datos de carácter personal en general, y los realizados con fines publicitarios, en particular, es una realidad reconocida en la Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos.

El fomento del legítimo ejercicio de dichas actividades debe conciliarse necesariamente con el escrupuloso respeto al derecho a la protección de datos de las personas que podría verse afectado por su desarrollo.

Por ello resulta necesario, siguiendo las Recomendaciones del Plan de Actuación en Comercio Interior de Diciembre realizadas en 2005 por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la búsqueda del justo equilibrio entre el derecho fundamental a la protección de datos y el legítimo tratamiento de los mismos por parte de los diferentes tipos de entidades.

En este marco, se proyecta la normativa vigente recogida, básicamente, y con carácter general en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (en adelante LOPD) y en el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la misma (en adelante, RLOPD), cuyo objetivo principal es garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, mediante el establecimiento de una serie de obligaciones para cualquier entidad pública o privada que realice tratamientos de datos de carácter personal; así como, la puesta a disposición del afectado o interesado de las herramientas necesarias para la protección de su derecho.

Asimismo en lo que se refiere a las comunicaciones comerciales realizadas a través de llamadas telefónicas, correo electrónico, sms u otros medios de comunicaciones electrónica equivalentes es necesario tener en cuenta lo dispuesto en la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones (en adelante, LGT) y la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (en adelante, LSSI) y en su normativa de desarrollo.

2. LEGISLACION

La relevancia que para el avance y progreso de la actividad económica, social o cultural desarrollada por cualquier tipo de entidad, ya sea privada o pública, con ánimo de lucro o no, tiene el tratamiento de datos de carácter personal en general, y los realizados con fines publicitarios, en particular, es una realidad reconocida en la Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos.

El fomento del legítimo ejercicio de dichas actividades debe conciliarse necesariamente con el escrupuloso respeto al derecho a la protección de datos de las personas que podría verse afectado por su desarrollo.

Por ello resulta necesario, siguiendo las Recomendaciones del Plan de Actuación en Comercio Interior de Diciembre realizadas en 2005 por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la búsqueda del justo equilibrio entre el derecho fundamental a la protección de datos y el legítimo tratamiento de los mismos por parte de los diferentes tipos de entidades.

En este marco, se proyecta la normativa vigente recogida, básicamente, y con carácter general en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (en adelante LOPD) y en el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la misma (en adelante, RLOPD), cuyo objetivo principal es garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, mediante el establecimiento de una serie de obligaciones para cualquier entidad pública o privada que realice tratamientos de datos de carácter personal; así como, la puesta a disposición del afectado o interesado de las herramientas necesarias para la protección de su derecho. Asimismo en lo que se refiere a las comunicaciones comerciales realizadas a través de llamadas telefónicas, correo electrónico, sms u otros medios de comunicaciones electrónica equivalentes es necesario tener en cuenta lo dispuesto en la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones (en adelante, LGT) y la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (en adelante, LSSI) y en su normativa de desarrollo.

Anticipándose a dicha regulación, con la que comparte sus objetivos, la Federación de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (en adelante, FECEMD), en un responsable ejercicio de autorregulación, introdujo hace más de 14 años cuando las comunicaciones comerciales de este tipo se realizaban casi exclusivamente por correo postal, el denominado servicio de Listas Robinson, destinado a restringir la publicidad no deseada que reciben los ciudadanos a través de este medio de comunicación.

Con motivo de la aprobación del RLOPD, que regula los ficheros de exclusión, FECEMD decidió actualizar el servicio de Lista Robinson con el fin de adaptarlo al nuevo entorno normativo, económico y social, promoviendo la reforma del Código de Autorregulación aprobado en su día, en los términos y con el alcance que a continuación se expone en el presente Reglamento.

De esta forma se recogen en el Título I una serie de definiciones para pasar a continuación, en los Títulos II y III, a definir el ámbito objetivo del presente Reglamento, esto es, determinar las normas de

funcionamiento del servicio de Listas Robinson, y el ámbito subjetivo, los interesados, los anunciantes, los responsables de ficheros y las entidades prestadoras del servicios de tratamiento de datos, realizándose sobre los primeros una especial mención al tratamiento de datos de las personas fallecidas y de los menores de edad.

Asimismo se desarrolla el derecho de los interesados a inscribirse en el fichero de Lista Robinson con objeto de no recibir comunicaciones comerciales no deseadas con carácter publicitario a través del medio de comunicación que elijan, siempre y cuando, la información que faciliten al servicio de Lista Robinson coincida, exactamente, en todos sus caracteres y símbolos con aquella que se vaya a tratar para la realización de la campaña publicitaria; dada la notable dificultad que supone la identificación de los interesados provocada por la multiplicidad de formas en las que una misma persona puede haber facilitado sus datos de carácter personal a lo largo del tiempo. Igualmente, como servicio añadido al servicio de Lista Robinson se recoge un procedimiento a través del cual FECEMD posibilita que los interesados se puedan poner en contacto con las entidades usuarias del servicio con la finalidad de notificarles su negativa al tratamiento de sus datos para la realización u envío de comunicaciones comerciales a través de llamadas telefónicas de sus propios productos o servicios.

En el Título IV se recogen las obligaciones de las partes intervinientes entre las cuales se establece, respecto a los anunciantes como responsables del tratamiento la obligación de consulta del servicio de Listas Robinson cuando se realicen campañas publicitarias para cuyo desarrollo sea necesario el tratamiento de datos que figuren en fuentes accesibles al público o en ficheros de los que no sean responsables.

En el Título V se recogen una serie de normas sobre el funcionamiento del servicio relativas al contenido del fichero de Lista Robinson, la veracidad de la información, las modalidades de consulta y las medidas de seguridad aplicables. En el Título VI se establece la posibilidad de que las entidades usuarias del servicio puedan utilizar un sello que les acredite como entidades adheridas al servicio. En el Título VII se regula la posibilidad de que puedan existir entidades que colaboren en la expansión del servicio a través del correspondiente convenio. Finalmente, se introduce una disposición adicional con objeto de reconocer la validez de la información actualmente recogida en el servicio de Lista Robinson.

3. ¿QUIEN ES EL IMPULSOR DE ESTA LISTA ROBINSON? ¿COMO FUNCIONA?

El impulsor es la Agencia Española de Protección de Datos, con la colaboración de la Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo, con domicilio social en C/Balmes, 173 4º 1º - 08006 Barcelona. La web es www.listarobinson.es

El funcionamiento es sencillo: te puedes registrar en la web, y solicitar la inscripción en la lista robinson de exclusión de publicidad en el medio que elijas, a saber: correo postal, llamadas telefónicas a telefonía fija, correos electrónicos, llamadas a telefonía móvil, SMS y MMS. Supongo que posteriormente se podrá extender a faxes.

Te registras, incluyes tus datos, aceptas la política de privacidad y uso (cómo no, nuestra LOPD siempre anda por ahí, de hecho es una respuesta al ejercicio de cancelación de la LOPD, tal y como se ha expresado anteriormente), e introduces los datos que estimes oportunos: no recibir publicidad por vía telefónica, postal, e-mail, SMS o MMS.

Las empresas de comercio y marketing electrónico están obligadas a repasar las listas robinson en busca de posibles clientes que no quieren recibir publicidad. El coste de acceso a estas listas robinson oscila para las empresas entre 150 euros y 550 euros. Las sanciones, las propias de la LOPD.

4. PREGUNTAS FRECUENTES.

¿QUIÉN SE PUEDE INSCRIBIR EN LA LISTA ROBINSON?

Se puede inscribir en el servicio de Lista robinson de forma voluntaria y gratuita cualquier persona que lo desee. En el caso de los menores de 14 años será necesario que lo realicen los padres o tutores y en el caso de las personas fallecidas o incapacitados sus representantes.

¿CÓMO PUEDE INSCRIBIRSE EN LA LISTA ROBINSON?

Inscribirse en el servicio de lista Robinson es fácil y sencillo. Para ello es necesario seguir dos pasos:

- Desde el apartado registro web de Ciudadanos debe rellenar el formulario con la finalidad de registrarse en la web y obtener una contraseña y confirmar la inscripción desde el enlace que recibirá en el e-mail de confirmación que le enviaremos a su cuenta de correo electrónico.
- A continuación ya se puede inscribir desde el apartado de acceso al servicio de Ciudadanos y seleccionar el canal o canales a través de los que no desea recibir publicidad.

¿PARA QUÉ SIRVE INSCRIBIRSE A LA LISTA ROBINSON?

Inscribirse en la Lista robinson sirve para evitar recibir publicidad no deseada de entidades o empresas con las que no mantenga o no haya mantenido algún tipo de relación.

¿A QUÉ SE COMPROMETEN LAS ENTIDADES O EMPRESAS QUE UTILIZAN EL SERVICIO DE LISTA ROBINSON?

Las entidades o empresas que utilizan este servicio se comprometen a no enviarle publicidad a través de medio de comunicación que seleccione (correo postal, llamadas telefónicas, correo electrónico, sms o mms) cuando para la realización de la campaña publicitaria traten datos de fuentes accesibles al público o de base de datos de otras entidades con las que usted no mantenga ni haya mantenido relación alguna.

¿DESDE CUÁNDO ES EFECTIVA SU INSCRIPCIÓN?

Debido a que es posible que sus datos estén siendo tratados por alguna entidad en el momento que usted realice su solicitud de inscripción y que la publicidad, según el medio de comunicación empleado, puede demorarse en llegar a su destino, su inscripción será efectiva en el plazo de tres desde el día siguiente al que se inscribió.

¿CÓMO SE PUEDE MODIFICAR LA INSCRIPCIÓN O DARSE DE BAJA EN EL SERVICIO?

Para modificar su inscripción o darse de baja lo puede realizar desde el apartado modificar inscripción de la página web utilizando la contraseña que le facilitamos en el momento de la solicitud de inscripción.

Cádiz, a 1 de julio de 2009