

Aumentan las obligaciones para el envío de comunicaciones comerciales

El pasado 30 de marzo, a través del Real Decreto Ley 12/2012, por el que se realiza la transposición de varias directivas en materia de mercados interiores de electricidad y gas, así como en materia de comunicaciones electrónicas, se ha operado una nueva modificación de la ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, ley que regula las comunicaciones comerciales y la contratación por medios electrónicos.



Más en concreto esta reforma ha afectado a los requisitos necesarios para poder llevar a cabo comunicaciones con fines comerciales por vía electrónica. Dichas comunicaciones son cada vez más utilizadas y frecuentes, no sólo por el sector privado sino también por el sector público, incluido el sanitario bien mediante creación de portales webs, envío de Newsletters, presencia en medios de comunicación, etc. Los fines por los que se usan son muy variados, llegando a ser tanto de contacto como publicitarios. Pero sin duda es la contratación electrónica el medio que más ha avanzado, justificado por su rapidez, sus bajos costes, y sobre todo, por la accesibilidad que proporcionan los medios electrónicos actuales.

Hasta la fecha, tanto el comercio electrónico como las comunicaciones comerciales, han dejado en clara desventaja a la parte receptora de estos servicios, a causa del anonimato que en la mayoría de las ocasiones puede conseguirse con el uso de estos medios, haciendo surgir una modalidad de delitos, tales como el phishing (robo de datos de carácter personal), phishing (redirección de dominios), o la ciberocupación. Es por ello, que las reformas legislativas de esta materia se dirigen a una mayor identificación, claridad y transparencia en las prácticas comerciales de los operadores. La ley 34/2002 es la única legislación que regula estas materias, estableciendo una serie de obligaciones tanto para el emisor de comunicaciones como para el oferente de bienes y servicios a través de medios electrónicos.

La última modificación ha reconfigurado las comunicaciones comerciales introduciendo dos nuevas exigencias. La primera de ellas, referente a la información del emisor, prohibiéndose expresamente el envío de comunicaciones en las que se oculte o disimule la identidad de la entidad remitente, medida que pretende evitar campañas de publicidad encubierta, por las que un tercero realice promoción de otro por encargo de éste. Y una segunda, consistente en la necesidad de establecerse una dirección de correo electrónico para que los destinatarios de las comunicaciones comerciales puedan expresar su deseo de no seguir recibirlas, quedando prohibido el envío de las mismas que no incluyan dicha dirección.

Pero sin duda, la novedad más importante que se introduce por el Real Decreto – Ley 13/2012, es la concesión de la legitimación activa a cualquier persona física o jurídica que se vea perjudicada una vez reciba alguna comunicación comercial que no respete los dos principios anteriores, es decir, cualquier entidad que en su día a día reciba comunicaciones comerciales que no incluya un correo electrónico para oponerse a la recepción, o no identifique de manera clara y precisa quién es el emisor de la misma, podrá ejercitar la acción correspondiente ante la Agencia Española de Protección de Datos, por ser la entidad competente para este tipo de procedimientos.

Sin duda, la lectura final que podemos extraer de esta reforma, es que cada vez las comunicaciones y la contratación electrónica posee una mayor regulación con mayores garantías para el usuario, por lo que, siempre es recomendable que en todas las campañas de publicidad, comunicación, imagen y/o adaptación de medios telemáticos de comunicación, se realice una previa supervisión legal para evitar con ello, incumplimientos de una normativa cada vez más amplia.