Consejo de la Unión Europea

Bruselas, 28 de febrero de 2024
(OR. en)

6950/24

Expediente interinstitucional: 2021/0381(COD)

CODEC 594
MI 211
DATAPROTECT 101
DISINFO 29
FREMP 104
AUDIO 27
CONSOM 76
TELECOM 83
PE 30

NOTA INFORMATIVA

De:	Secretaría General del Consejo
A:	Comité de Representantes Permanentes/Consejo
Asunto:	Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política – Resultado de la primera lectura del Parlamento Europeo (Estrasburgo, 26 a 29 de febrero de 2024)

I. INTRODUCCIÓN

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 294 del TFUE y en la Declaración común sobre las modalidades prácticas del procedimiento de codecisión[1], el Consejo, el Parlamento Europeo y la Comisión han mantenido una serie de contactos informales con vistas a alcanzar un acuerdo en primera lectura sobre este expediente.

En este contexto, la presidenta de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (IMCO), Anna CAVAZZINI (Verdes/ALE, DE), presentó en nombre de dicha comisión una enmienda de transacción (enmienda 287) a la propuesta de Reglamento de referencia, para la cual Sandro GOZI (Renew, FR) había elaborado un proyecto de informe. Esta enmienda se había acordado durante los contactos informales antes citados. No se presentó ninguna otra enmienda.

[1] DO C 145 de 30.6.2007, p. 5.

II. VOTACIÓN

En su votación del 27 de febrero de 2024, el Pleno aprobó la enmienda de transacción (enmienda 287) a la propuesta de Reglamento de referencia. La propuesta de la Comisión así modificada constituye la posición en primera lectura del Parlamento, recogida en su resolución legislativa que figura en el anexo[2].

La posición del Parlamento refleja el acuerdo alcanzado previamente entre las instituciones, por lo que el Consejo debería poder aprobarla.

El acto se adoptaría entonces con la redacción correspondiente a la posición del Parlamento.

---

[2] La versión de la posición del Parlamento que figura en la resolución legislativa contiene marcas de cambio para señalar los cambios introducidos mediante enmiendas a la propuesta de la Comisión. El texto añadido al de la Comisión se señala mediante ***negrita y cursiva***. El símbolo « ▌ » indica la supresión de texto.

ANEXO
(27.2.2024)

P9_TA(2024)0090

Transparencia y segmentación en la publicidad política

Resolución legislativa del Parlamento Europeo, de 27 de febrero de 2024, sobre la propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política (COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD))

(Procedimiento legislativo ordinario: primera lectura)

El Parlamento Europeo,

– Vista la propuesta de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo (COM(2021)0731),

– Vistos el artículo 294, apartado 2, y los artículos 16 y 114 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, conforme a los cuales la Comisión le ha presentado su propuesta (C9-0433/2021),

– Visto el artículo 294, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea,

– Visto el dictamen del Comité Económico y Social Europeo de 23 de febrero de 2022[1],

– Visto el dictamen del Comité de las Regiones de 28 de abril de 2022[2]

– Vistos el acuerdo provisional aprobado por la comisión competente con arreglo al artículo 74, apartado 4, de su Reglamento interno y el compromiso asumido por el representante del Consejo, mediante carta de 20 de diciembre de 2023, de aprobar la Posición del Parlamento Europeo, de conformidad con el artículo 294, apartado 4, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea,

– Visto el artículo 59 de su Reglamento interno,

– Vistas las opiniones de la Comisión de Cultura y Educación, de la Comisión de Libertades Civiles, Justicia y Asuntos de Interior, de la Comisión de Asuntos Jurídicos y de la Comisión de Asuntos Constitucionales,

– Visto el informe de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor (A9-0009/2023),

1. Aprueba la Posición en primera lectura que figura a continuación[3];

---

[1] DO C 275 de 18.7.2022, p. 66.
[2] DO C 301 de 5.8.2022, p. 102.

2. Pide a la Comisión que le consulte de nuevo si sustituye su propuesta, la modifica sustancialmente o se propone modificarla sustancialmente;

3. Encarga a su presidenta que transmita la Posición del Parlamento al Consejo y a la Comisión, así como a los Parlamentos nacionales.

[3] La presente Posición sustituye a las enmiendas aprobadas el 2 de febrero de 2023 (Textos Aprobados P9_TA(2023)0027.

P9_TC1-COD(2021)0381

Posición del Parlamento Europeo aprobada en primera lectura el 27 de febrero de 2024 con vistas a la adopción del Reglamento (UE) 2024/... del Parlamento Europeo y del Consejo sobre transparencia y segmentación en la publicidad política

(Texto pertinente a efectos del EEE)

EL PARLAMENTO EUROPEO Y EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, y en particular sus artículos 16 y 114,

Vista la propuesta de la Comisión Europea,

Previa transmisión del proyecto de acto legislativo a los Parlamentos nacionales,

Visto el dictamen del Comité Económico y Social Europeo[1],

Visto el dictamen del Comité de las Regiones[2],

De conformidad con el procedimiento legislativo ordinario[3],

---

1 ***DO C 275 de 18.7.2022, p. 66.***

2 ***DO C 301 de 5.8.2022, p. 102.***

3 ***Posición del Parlamento Europeo de 27 de febrero de 2024.***

Considerando lo siguiente:

(1) La oferta y la demanda de publicidad política están creciendo y adquiriendo un carácter cada vez más transfronterizo. Esta actividad lleva asociado un gran y creciente número de servicios diversificados, tales como consultorías políticas, agencias de publicidad, plataformas de tecnología publicitaria, empresas de relaciones públicas, influentes y diversos operadores de intermediación y análisis de datos. La publicidad política puede adoptar muchas formas, entre otras, contenidos de pago, resultados de búsqueda patrocinados, mensajes orientados de pago, posiciones destacadas en clasificaciones, promoción de algo o de alguien integrada en contenidos, como por ejemplo el emplazamiento de productos, los influentes y otras formas de aval. Las actividades conexas pueden incluir, por ejemplo, la difusión de publicidad política a petición de un patrocinador o la publicación de contenidos a cambio de una retribución ***u otras formas de remuneración, incluidas las prestaciones en especie***.

(2) La publicidad política puede difundirse o publicarse a través de diversos canales y medios de comunicación a través de las fronteras***, tanto en línea como fuera de línea***. ***Está registrando un rápido aumento y*** puede difundirse o publicarse a través de medios tradicionales fuera de línea, como periódicos, televisión y radio, y también cada vez más a través de plataformas en línea, sitios web, aplicaciones móviles, juegos de ordenador y otras interfaces digitales. Estos últimos medios no solo son particularmente idóneos para ser ofrecidos a través de las fronteras, sino que también plantean retos novedosos y difíciles en materia de regulación y ejecución. El uso de la publicidad política en línea está aumentando considerablemente y determinadas formas lineales de publicidad política fuera de línea, como la radio y la televisión, también se ofrecen en línea como servicios a la carta. Las campañas de publicidad política suelen organizarse para hacer uso de todo un abanico de medios y formas.

(3) Dado que la publicidad, incluida la de carácter político, normalmente se presta a cambio de una remuneración, ***que puede incluir una prestación en especie,*** constituye una actividad de prestación de servicios con arreglo al artículo 57 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). En la Declaración n.º 22 relativa a las personas discapacitadas, aneja al Tratado de Ámsterdam, la Conferencia de representantes de los Gobiernos de los Estados miembros convino en que, al elaborar medidas con arreglo al artículo 114 del TFUE, las instituciones de la Unión deben tener en cuenta las necesidades de las personas discapacitadas.

(4) La necesidad de garantizar la transparencia es un objetivo público legítimo, de conformidad con los valores compartidos por la Unión y sus Estados miembros en virtud del artículo 2 del Tratado de la Unión Europea (TUE). No siempre es fácil para los ciudadanos reconocer los anuncios políticos y ejercer sus derechos democráticos de manera informada. ***El incremento de la sofisticación de la desinformación, la diversificación de los agentes, la rápida evolución de las nuevas tecnologías y la intensificación de la difusión de la manipulación de la información y las injerencias en nuestros procesos electorales y normativos son retos importantes para la Unión y los Estados miembros.*** La publicidad política puede ser un vector de desinformación, en particular cuando no revela su naturaleza política***, cuando proviene de patrocinadores de fuera de la Unión o está sujeta a técnicas de segmentación o técnicas de entrega de anuncios***. ***Entre otras razones, es necesario un nivel elevado de transparencia para propiciar un debate político y unas campañas políticas abiertos y justos, y elecciones o referendos libres y justos, así como para contrarrestar la manipulación de la información y las injerencias ilícitas, también las procedentes de terceros países.*** La transparencia de la publicidad política contribuye a que los votantes ***y las personas en general*** entiendan mejor cuándo están siendo expuestos a un anuncio político, en nombre de quién se hace dicha publicidad***, así como*** de qué manera ***y por qué*** están siendo el objetivo de un prestador de servicios publicitarios, de modo que los votantes estén mejor situados para elegir con conocimiento de causa. ***Debe apoyarse la alfabetización mediática para ayudar a las personas a hacer el mejor uso posible de la transparencia de la publicidad política.***

(5) El presente Reglamento tiene por objetivo garantizar que la prestación de servicios de publicidad política respete plenamente los derechos fundamentales.

(6) En el contexto de la publicidad política, ***es frecuente utilizar*** técnicas de segmentación y técnicas ***de entrega de anuncios basadas en el tratamiento de datos personales, en particular datos observados e inferidos, como los datos que revelan opiniones políticas y otras categorías especiales de datos.*** Las técnicas de segmentación ▌ deben entenderse como técnicas que se utilizan para dirigir un anuncio político ▌ únicamente a una persona o un grupo de personas específicos ***o para excluirlos, generalmente con contenido personalizado, sobre la base del tratamiento de datos personales. Las técnicas de entrega de anuncios deben entenderse como una amplia gama de técnicas de optimización que se basan en el tratamiento automatizado de datos personales*** para aumentar la circulación, el alcance o la visibilidad de un anuncio político. ***Estas técnicas pueden utilizarlas los editores de publicidad política y, en particular, por plataformas en línea de muy gran tamaño en el sentido del Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo[4] para entregar anuncios políticos a un público objetivo sobre la base de datos personales y del contenido de los anuncios. La entrega de anuncios mediante estas técnicas implica el uso de algoritmos que actualmente son opacos para las personas y cuyo efecto puede diferir de lo que pretenden los patrocinadores o los prestadores de servicios publicitarios que actúan en nombre de los patrocinadores.*** Dado ▌ el potencial de uso indebido de los datos personales que entraña ***la segmentación***, en particular mediante la microsegmentación y otras técnicas avanzadas, tales técnicas pueden plantear graves amenazas para intereses públicos legítimos, como la equidad, la igualdad de oportunidades y la transparencia en los procesos electorales ***y los derechos fundamentales de libertad de expresión, privacidad y protección de los datos personales, así como de igualdad y no discriminación*** y el derecho fundamental a ser informado de manera objetiva, transparente y plural.

---

[4] ***Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales) (DO L 277 de 27.10.2022, p. 1).***

(7) En la actualidad, la regulación de la publicidad política es heterogénea en los Estados miembros y en muchos casos suele centrarse en las formas tradicionales de los medios de comunicación. Existen restricciones específicas que incluyen la prestación transfronteriza de servicios de publicidad política***, lo que afecta directamente a la realización de campañas políticas transfronterizas y paneuropeas***. Algunos Estados miembros prohíben que los prestadores de servicios de la Unión establecidos en otros Estados miembros presten servicios de carácter político o con fines políticos durante los períodos electorales. Al mismo tiempo, es probable que existan carencias y lagunas en el Derecho nacional de algunos Estados miembros**,** lo que supone que en ocasiones la publicidad política se difunda obviando las normas nacionales pertinentes, por lo tanto, con el riesgo de menoscabar así la regulación de la transparencia de la publicidad política.

(8) Para reforzar la transparencia de la publicidad política y atender a las preocupaciones de los ciudadanos, algunos Estados miembros ya han explorado o están considerando la posibilidad de adoptar medidas adicionales para abordar la transparencia de la publicidad política y apoyar un debate político justo y unas elecciones o referendos libres y justos. Estas medidas nacionales están orientadas especialmente a la publicidad ***política*** publicada y difundida en línea y pueden incluir ***restricciones*** adicionales. Además, son de naturaleza tanto indicativa como vinculante e implican diferentes elementos de transparencia.

(9) Esa situación genera fragmentación en el mercado interior, reduce la seguridad jurídica para los prestadores de servicios de publicidad política que preparan, insertan, ***promocionan,*** publican***, entregan*** o difunden anuncios políticos, crea obstáculos a la libre circulación de los servicios conexos, falsea la competencia en el mercado interior, en particular entre los prestadores de servicios en línea y fuera de línea, y exige esfuerzos complejos de cumplimiento y costes adicionales para los prestadores de servicios afectados.

(10) En ese contexto, es probable que los prestadores de servicios de publicidad política sean reticentes a prestar sus servicios de publicidad política en situaciones transfronterizas. Este es especialmente el caso de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, que a menudo no disponen de los recursos necesarios para absorber o repercutir los elevados costes de conformidad relacionados con la preparación, inserción, ***promoción,*** publicación***, entrega*** o difusión de publicidad política en más de un Estado miembro. Ello limita la disponibilidad de servicios e incide negativamente en la posibilidad de que los prestadores de servicios innoven y ofrezcan campañas a través de múltiples medios en varios países dentro del mercado interior.

(11) Por consiguiente, debe garantizarse en la Unión un nivel de transparencia coherente y elevado en la publicidad política cuando se presten servicios publicitarios de este tipo, al mismo tiempo que deben evitarse las divergencias que obstaculizan la libre circulación de servicios conexos dentro del mercado interior estableciendo ***normas armonizadas sobre la prestación de servicios de publicidad política, en particular sobre las obligaciones de*** transparencia ***y las correspondientes obligaciones de diligencia debida,*** para ***los patrocinadores y*** los prestadores de servicios de publicidad política que aseguren la protección uniforme de los derechos de las personas y la supervisión en todo el mercado interior sobre la base del artículo 114 del TFUE.

(12) Los Estados miembros no deben mantener ni introducir, en su Derecho nacional, disposiciones ***sobre la transparencia de la publicidad política que*** diverjan de las establecidas en el presente Reglamento, en particular disposiciones más o menos estrictas que den lugar a diferentes niveles de transparencia en la publicidad política. La plena armonización de ***las obligaciones*** de transparencia y ***las correspondientes obligaciones de diligencia debida*** vinculadas a la publicidad política incrementa la seguridad jurídica y reduce la fragmentación de las obligaciones que los prestadores de servicios deben cumplir en el contexto de la publicidad política.

(13) La plena armonización de ***las obligaciones*** de transparencia ***y las correspondientes obligaciones de diligencia debida*** debe entenderse sin perjuicio de la libertad de los prestadores de servicios de publicidad política de proporcionar voluntariamente información adicional sobre la publicidad política, como parte de la libertad de expresión ***e información*** protegida en virtud del artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales ***de la Unión Europea (en lo sucesivo, «Carta»)***.

(14) El presente Reglamento ***se limita a armonizar las normas sobre las obligaciones de transparencia y las correspondientes obligaciones de diligencia debida para la prestación de servicios de publicidad política, y sobre el uso de técnicas de segmentación y*** técnicas ***de entrega de anuncios, así como a las normas para su supervisión y ejecución***. No debe afectar ni al contenido ▌ de ***los anuncios políticos ni a las normas de la Unión o de los Estados miembros*** que regulan ***aspectos de la publicidad política que no están regulados por el presente Reglamento***. ***Por consiguiente, el presente Reglamento no modifica las normas que regulan la realización y financiación de campañas políticas, incluidas las prohibiciones o limitaciones generales de la*** publicidad política ***durante períodos específicos,*** las denominadas jornadas de reflexión***, las donaciones a las campañas procedentes de donantes individuales o las prohibiciones relativas al uso de publicidad comercial para fines de campaña electoral. Además, el presente Reglamento no debe afectar, en particular, al derecho fundamental a la libertad de opinión y a la libertad de expresión.***

(15) ***Las necesidades específicas de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas deben tenerse en cuenta a la hora de aplicar y hacer cumplir el presente Reglamento, en consonancia con el principio de proporcionalidad. El concepto de microempresas y pequeñas y medianas empresas debe entenderse como las empresas que cumplan los requisitos del artículo 3, apartados 1, 2 y 3, de la Directiva 2013/34/UE del Parlamento Europeo y del Consejo[5].***

[5] ***Directiva 2013/34/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de junio de 2013, sobre los estados financieros anuales, los estados financieros consolidados y otros informes afines de ciertos tipos de empresas, por la que se modifica la Directiva 2006/43/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan las Directivas 78/660/CEE y 83/349/CEE del Consejo (DO L 182 de 29.6.2013, p. 19).***

(16) El presente Reglamento debe establecer ***obligaciones armonizadas*** de transparencia ***y las correspondientes obligaciones de diligencia debida aplicables*** a los agentes económicos que proporcionan publicidad política y prestan servicios conexos (es decir, actividades que se prestan normalmente a cambio de una remuneración***, que puede incluir prestaciones en especie***). Dichos servicios consisten, en particular, en la preparación, inserción, promoción, publicación***, entrega*** y difusión de ***anuncios políticos***. Las normas del presente Reglamento que prevén un nivel elevado de transparencia de los servicios de publicidad política se basan en el artículo 114 del TFUE. Asimismo, el Reglamento debe abordar el uso de técnicas de segmentación y ***técnicas de entrega de anuncios*** en el contexto de la ***promoción,*** publicación, ***entrega o*** difusión ▌ de publicidad política, que ***se basen en*** el tratamiento de datos personales. Las normas del presente Reglamento que regulan el uso de ***técnicas de*** segmentación y ***técnicas de entrega de anuncios*** se basan en el artículo 16 del TFUE. La publicidad política dirigida a personas en un Estado miembro debe incluir la publicidad totalmente preparada, insertada, ***promocionada,*** publicada***, entregada o difundida*** por prestadores de servicios establecidos fuera de la Unión, pero difundida a personas dentro la Unión. Para determinar si un anuncio político está dirigido a personas en un Estado miembro, deben tenerse en cuenta factores que lo vinculan a dicho Estado miembro, como la lengua, el contexto, el objetivo del anuncio y sus medios de difusión.

(17) ***Las especificidades del medio de publicación o difusión del anuncio político deben tenerse en cuenta en la aplicación del presente Reglamento, en particular para adaptar sus modalidades a la televisión, la radio y los periódicos, según corresponda, de acuerdo con el Derecho de la Unión.***

(18) ***Cabe recordar que la prestación transfronteriza de servicios de publicidad en el mercado interior está sujeta al principio de no discriminación. Ese principio implica, entre otras cosas, que el acceso de un destinatario a un servicio ofrecido al público no se restrinja únicamente por razón de la nacionalidad o del lugar de residencia o de establecimiento del destinatario. Por consiguiente, los prestadores de servicios de publicidad política no deben estar autorizados a discriminar a los patrocinadores que residan o estén legalmente establecidos en la Unión por motivos de su lugar de residencia o establecimiento, salvo cuando la diferencia de trato esté justificada y sea proporcionada de conformidad con el Derecho de la Unión. El acceso no discriminatorio a los servicios de publicidad política transfronteriza es esencial para que los destinatarios de dichos servicios aprovechen todas las ventajas del mercado interior en ese sector. El acceso no discriminatorio a los servicios de publicidad política transfronteriza es especialmente importante para los partidos políticos europeos, habida cuenta del papel de estos en contribuir a formar la conciencia política europea y expresar la voluntad de los ciudadanos de la Unión tal como se prevé en el artículo 10, apartado 4, del TUE y en el artículo 12, apartado 2, de la Carta, y su estatuto jurídico europeo de conformidad con el Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo[6].***

---

6 ***Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, sobre el estatuto y la financiación de los partidos políticos europeos y las fundaciones políticas europeas (DO L 317 de 4.11.2014, p. 1).***

No deben permitirse restricciones injustificadas de los servicios de publicidad política por parte de los prestadores a la libertad de los partidos políticos europeos para recibir servicios de publicidad política transfronteriza, ya que obstaculizan la realización de campañas políticas eficaces en toda la Unión, impidiéndoles así desempeñar el papel que les asignan los Tratados. Por consiguiente, los prestadores de servicios de publicidad política no deben denegar, obstaculizar o hacer menos atractivos sus servicios para un partido político europeo únicamente por razón de su lugar de establecimiento, incluido el registro, sin excluir la posibilidad de diferencias de trato basadas en razones objetivas justificadas. Cabe aplicar consideraciones similares a los grupos políticos del Parlamento Europeo que están constituidos de conformidad con el Reglamento interno del Parlamento Europeo y ejercen sus funciones en el marco de las actividades de la Unión. La cláusula de no discriminación establecida en el presente Reglamento no determina el estatuto jurídico de los partidos políticos europeos o de los grupos políticos en el Parlamento Europeo ni le afecta en modo alguno, ya que se limita a abordar su posición como patrocinadores.

(19) ***Es sabido que la injerencia en las elecciones por parte de determinadas entidades de terceros países o nacionales de terceros países que pueden patrocinar publicidad política en la Unión supone una grave amenaza para la democracia, que es un valor común de la Unión y cuya garantía reviste una importancia fundamental para la Unión y sus Estados miembros. En consecuencia, algunos Estados miembros ya han establecido o están considerando la posibilidad de establecer diversas restricciones de la financiación por entidades o nacionales de terceros países en el contexto de las elecciones. Esa situación normativa heterogénea, que probablemente empeore debido al tenso clima internacional imperante, crea obstáculos para que los prestadores de servicios de publicidad política operen en los mercados de diferentes Estados miembros. Por lo tanto, esa situación normativa heterogénea debe aproximarse a una norma mínima común. En los tres meses anteriores a una elección o un referéndum organizados a escala de la Unión o a nivel nacional, regional o local en un Estado miembro, los prestadores de servicios de publicidad política deben estar obligados a prestar servicios de publicidad política únicamente a ciudadanos de la Unión, nacionales de terceros países que residan permanentemente en la Unión y tengan derecho de voto en dichas elecciones o referendos, o a personas jurídicas establecidas en la Unión que no estén controladas por entidades de terceros países.***

El riesgo de injerencia en elecciones o referendos en los distintos Estados miembros y las evaluaciones de dicho riesgo por parte de los Estados miembros varían, por lo que unas normas nacionales más estrictas que prevean, en particular, plazos más largos para restringir el patrocinio por parte de entidades de terceros países o nacionales de terceros países pueden ser adecuadas en diferentes Estados miembros. Por lo tanto, la norma mínima de tres meses no debe impedir que los Estados miembros establezcan normas nacionales más estrictas de conformidad con el Derecho de la Unión. Cuando una elección o referéndum se anuncie menos de tres meses antes de su fecha de celebración, no debe entenderse que ello dé lugar a obligaciones en el período anterior a la convocatoria de las elecciones o referendos.

(20) ***Para contrarrestar la manipulación de la información y la injerencia en la publicidad política, se anima a las «plataformas en línea», tal como se definen en el Reglamento (UE) 2022/2065, en particular a través del Código de Buenas Prácticas en materia de Desinformación, a establecer y aplicar políticas específicas y otras medidas pertinentes, también mediante su participación en iniciativas más amplias de desmonetización de la desinformación para evitar la inserción de publicidad política que contenga desinformación.***

(21) No existe una definición de «publicidad política» o «anuncio político» a escala de la Unión. Es necesaria una definición de la Unión para establecer el ámbito de aplicación de las obligaciones armonizadas de transparencia ***y las correspondientes obligaciones de diligencia debida*** y las normas sobre ***el uso de técnicas de*** segmentación y técnicas ***entrega de anuncios***. Esa definición debe comprender las múltiples formas que puede adoptar la publicidad política y cualquier medio y modo de publicación o difusión dentro de la Unión, con independencia de que la fuente esté situada en la Unión o en un tercer país.

(22) La definición de publicidad política debe incluir la publicidad ***preparada, insertada, promocionada,*** publicada***, entregada*** o difundida directa o indirectamente por un actor político ***o preparada, insertada, promocionada, publicada, entregada o difundida, por cualquier medio, directa o indirectamente*** en su nombre o por su cuenta. ***La publicidad política suele estar directa o indirectamente bajo el control de un patrocinador, que puede ser un actor político y que, en particular, puede determinar el carácter político, el contenido o la publicación de la publicidad política que se está preparando, insertando, promocionando, publicando, entregando o difundiendo. En ocasiones, otra entidad puede ejercer en última instancia el control sobre un patrocinador. La determinación de si una entidad controla en última instancia a un patrocinador debe basarse en derechos, contratos o cualquier otro medio que, por separado o en combinación, y teniendo en cuenta las consideraciones de hecho o de Derecho implicadas, confiera la posibilidad de ejercer una influencia decisiva sobre una entidad, en particular mediante la propiedad, el derecho a utilizar la totalidad o parte de los activos de una entidad, o los derechos o contratos que confieran una influencia decisiva sobre la composición, las votaciones o las decisiones de los órganos de una entidad. Para determinar si un mensaje es*** de carácter estrictamente privado o estrictamente comercial***, deben tenerse en cuenta todos los factores pertinentes, como su contenido, el patrocinador del mensaje, la lengua utilizada para transmitirlo, el contexto en el que se transmite, incluido el período de difusión, el objetivo del mensaje y los medios por los que se prepara, inserta, promueve, publica, entrega o difunde, así como el público objetivo. Los mensajes relativos a la situación familiar o las actividades empresariales de un actor político pueden ser estrictamente privados o estrictamente comerciales.***

(23) La ***promoción,*** publicación o difusión por parte de otros agentes de un mensaje que pueda influir en el resultado de una elección o referéndum, en un comportamiento electoral o en un proceso legislativo o reglamentario ***a nivel de la Unión, nacional, regional o local, y esté diseñado para ello***, también deben constituir publicidad política. ***Un proceso legislativo o reglamentario debe incluir la toma de decisiones con efectos vinculantes de aplicación general a escala de la Unión, nacional, regional o local. Debe existir un vínculo claro y sustancial entre el*** mensaje ***y su potencial para*** influir en el resultado de unas elecciones o un referéndum, un proceso legislativo o reglamentario o un comportamiento electoral. Para determinar ***la existencia de tal vínculo***, deben tenerse en cuenta todos los factores pertinentes ***en el momento de la promoción, publicación, entrega o difusión del mensaje***, como ***la identidad del patrocinador del mensaje, la forma y*** el contenido del mensaje, la lengua ***oral u escrita*** utilizada para transmitirlo, el contexto en el que se transmite, ***incluido el período de difusión, como un período electoral,*** el objetivo del mensaje, y los medios por los que se ***promociona,*** publica***, entrega*** o difunde ***y el público objetivo***. ***Debe entenderse que «lengua» incluye cualquier lengua utilizada en la Unión, incluidos los dialectos regionales y la lengua de signos, que utilice cualquier medio de comunicación o codificación, como el braille y otros medios. El diseño debe ser evidente en estos factores y la existencia de un vínculo no debe deducirse con carácter retroactivo exclusivamente del impacto de un mensaje.***

(24) ***La publicidad política incluye la situación en la que la preparación, inserción, promoción, publicación, entrega o difusión de un mensaje que pueda*** influir en el resultado de una elección o referéndum***, en el comportamiento electoral*** o en un proceso legislativo o reglamentario ***sea llevada a cabo por una entidad que actúe en su propio nombre (actividades internas). Las actividades internas, que deben considerarse pertinentes únicamente para el capítulo III del presente Reglamento, deben entenderse como actividades desarrolladas en el seno de una entidad que incluyan o contribuyan sustancialmente a la preparación, inserción, promoción, publicación, entrega o difusión, por cualquier medio, de un mensaje que pueda influir en el resultado de una elección o referéndum, en el comportamiento electoral o en un proceso legislativo o reglamentario, y que esté diseñado para ello.***

(25) ***La publicidad comercial y las prácticas de comercialización pueden afectar legítimamente a la percepción de los consumidores de productos y servicios o a su comportamiento de compra, en particular a través de la diferenciación de marcas basada en acciones de las empresas en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas, la consecución de un impacto social o cualquier otro tipo de compromiso basado en objetivos. El presente Reglamento debe aplicarse a la publicidad comercial que pueda influir en el resultado de una elección o referéndum, en el comportamiento electoral o en un proceso legislativo o reglamentario, y que esté diseñada para ello.***

(26) ***La Comisión debe elaborar unas orientaciones comunes para la aplicación efectiva del presente Reglamento y, en particular, para apoyar a los patrocinadores o a los prestadores de servicios de publicidad que actúen en nombre de los patrocinadores a la hora de declarar e identificar anuncios políticos, y para ayudar a los prestadores de servicios de publicidad política a facilitar y gestionar adecuadamente dichas declaraciones.***

(27) ***En interés de la comunicación eficaz con el público en general, la comunicación pública realizada por una autoridad pública de un Estado miembro o de la Unión, o por su cuenta o en su nombre, incluida la realizada por los miembros del Gobierno, por ejemplo, comunicados de prensa o conferencias que anuncien iniciativas legislativas o reglamentarias y expliquen las decisiones políticas en que se basan dichas iniciativas, no debe constituir publicidad política, siempre que no esté diseñada para influir en el resultado de una elección o referéndum, en el comportamiento electoral o en un proceso legislativo o reglamentario. Análogamente,*** la información práctica procedente de fuentes oficiales ***de los Estados miembros o de la Unión que se limite exclusivamente*** a la organización y las modalidades de participación en elecciones o referendos ***—incluido el anuncio de las candidaturas o de la pregunta sometida a referéndum— tampoco*** debe constituir publicidad política.

(28) ***El presente Reglamento no debe aplicarse en los casos en los que un espacio público específico para la presentación de candidatos esté expresamente establecido por ley y se asigne gratuitamente, por ejemplo, destinando espacio para dicha presentación en los ayuntamientos y otras zonas públicas o un determinado tiempo de emisión en la televisión, cuando ello se haga de manera justa y no discriminatoria y sobre la base de criterios transparentes y objetivos.***

(29) ***Los medios de comunicación contribuyen al buen funcionamiento de los procesos democráticos y desempeñan un papel esencial para la libertad de expresión e información, en particular durante los períodos inmediatamente anteriores a las elecciones. Ofrecen un espacio para el debate público y contribuyen a la formación de la opinión pública. Por consiguiente, el presente Reglamento no debe afectar a la libertad editorial de los medios de comunicación. Las opiniones políticas expresadas en cualquier soporte bajo responsabilidad editorial no deben estar cubiertas, a menos que terceros proporcionen un*** pago ***específico u otra*** remuneración ***para su preparación, inserción, promoción, publicación, entrega o difusión. No obstante, cuando dichas opiniones políticas sean promocionadas, publicadas o difundidas posteriormente por prestadores de servicios de publicidad política, podrían considerarse publicidad política.***

(30) ***Las opiniones políticas expresadas a título personal constituyen una manifestación particular del derecho a la libertad de expresión y de información. No se trata de publicidad política, y es necesario que esta distinción se haga claramente. Para ello, las opiniones políticas expresadas a título personal*** no deben estar incluidas en el ámbito de aplicación del presente Reglamento. ***La identificación de las opiniones políticas expresadas a título personal debe ser normalmente el resultado de la autodeterminación individual, pero pueden tenerse en cuenta elementos contextuales. Entre los factores pertinentes podrían figurar si la opinión se emite en nombre de otra entidad, si el mensaje pretende promocionar la propia candidatura o campaña en un proceso electoral, referéndum o proceso legislativo o reglamentario, si lo ha expresado una persona que generalmente se muestra activa en campañas o acciones en favor del cambio en materia política o social y si el mensaje se difunde a un número indeterminado de personas. Una opinión política no debe considerarse expresada a título personal si está prevista una remuneración específica por parte de terceros, incluidas las prestaciones en especie, por la expresión de dicha opinión o en relación con ella.***

(31) A efectos del presente Reglamento, por «elecciones» deben entenderse las elecciones al Parlamento Europeo, así como todas las elecciones o referendos organizados a nivel nacional, regional y local en los Estados miembros y las elecciones para instaurar la cúpula de los partidos políticos. No debe incluir otras formas de elecciones, como las votaciones organizadas de forma ***profesional o*** privada.

(32) Es necesario definir los anuncios políticos como ejemplo de publicidad política. Los anuncios incluyen los medios por los que se comunica el mensaje publicitario, ya sea en prensa, por medios de radiodifusión***, en páginas web, motores de búsqueda y medios de transmisión en continuo,*** o a través de un servicio de plataformas en línea.

(33) La definición de actores políticos debe referirse a conceptos definidos por el Derecho de la Unión, así como en el Derecho nacional, en consonancia con instrumentos jurídicos internacionales como los del Consejo de Europa. La definición de ***actores*** políticos debe incluir ▌ las entidades afiliadas y asociadas ***de un partido político*** establecidas, con o sin personalidad jurídica, con el fin de ***apoyarlo*** o perseguir sus objetivos, por ejemplo, interactuando con un grupo específico de votantes o para una finalidad electoral específica.

(34) La definición de actores políticos debe incluir también a los ***candidatos a cualquier cargo electo o titulares de*** cualquier cargo electo ▌ y los miembros de un Gobierno de ámbito nacional, regional o local ***de un Estado miembro, o de una institución de la Unión, a excepción del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, el Banco Central Europeo y el Tribunal de Cuentas***.

(35) La definición de campaña de publicidad ***política*** debe referirse a la preparación, ***inserción, promoción,*** publicación***, entrega*** o difusión de una serie de anuncios ***políticos*** conexos en el transcurso de un contrato de publicidad política ▌ sobre la base de una preparación, patrocinio ***o*** financiación comunes.

(36) La definición de publicidad política no debe afectar a las definiciones nacionales de partidos políticos, objetivos políticos o campañas políticas***, ni a las campañas políticas, ni modificar las normas aplicables a la*** campaña ***electoral*** a nivel nacional ***o interferir en ellas***.

(37) La definición de actor político no debe afectar a las normas nacionales sobre quién puede desarrollar una campaña política y no debe obligar a los Estados miembros a adoptar dichas normas.

(38) A fin de abarcar la amplia gama de prestadores de servicios afectados relacionados con los servicios de publicidad política, debe entenderse que los prestadores de servicios de publicidad política incluyen a los prestadores que intervienen en la preparación, inserción, promoción, publicación***, entrega o*** difusión de ***anuncios políticos***. ***Por ejemplo, los prestadores*** de servicios de publicidad política ***pueden actuar en nombre de patrocinadores iniciando servicios de publicidad política en su nombre***.

(39) La definición de prestadores de servicios de publicidad política no debe incluir ***a los prestadores que prestan servicios meramente complementarios en relación con los servicios de publicidad política. Los servicios auxiliares son servicios que se prestan adicionalmente a un servicio de publicidad política y lo complementan, pero que no influyen directamente en su contenido o presentación y no ejercen un control directo sobre su preparación, inserción, promoción, publicación, entrega o difusión. Estos servicios pueden incluir el transporte, la financiación e inversión, la compra, la venta, los servicios de restauración, la comercialización, los servicios informáticos, la limpieza, el mantenimiento, los servicios postales, los servicios de impresión o el diseño gráfico, sonoro o fotográfico.***

(40) El patrocinador debe definirse como aquella persona o entidad en cuyo nombre se prepara, inserta, promociona, publica, entrega o difunde un anuncio político, por ejemplo, un candidato individual a unas elecciones o un partido político, y que por lo general es la persona o entidad que proporciona una remuneración a cambio de servicios de publicidad política.

(41) Los editores de publicidad política deben definirse como prestadores de servicios de publicidad política, situados normalmente al final de la cadena de los prestadores de servicios, que publican, entregan o difunden publicidad política mediante la radiodifusión y la ponen a disposición del público a través de una interfaz o de cualquier otro modo.

(42) ***Los prestadores de servicios de publicidad política tienen responsabilidades que apoyan la consecución de los objetivos del presente Reglamento. Determinados prestadores de servicios de publicidad política difunden, ponen a disposición a través de una interfaz o ponen de otro modo en el dominio público publicidad política y, en virtud de esta función, están en condiciones de garantizar que esto se haga en cumplimiento del presente Reglamento y que proporcione un alto nivel de transparencia. Por lo tanto, dichos prestadores de servicios deben tener responsabilidades específicas como editores de publicidad política, y es necesario que sean identificados como tales.***

(43) ***Un patrocinador debe declarar fielmente si la publicidad en cuestión constituye*** publicidad política ***tal como se define en el presente Reglamento y, en los tres meses anteriores a una elección o referéndum organizados a nivel de la Unión o a nivel nacional, regional o local en un Estado miembro, si puede actuar como patrocinador con arreglo al presente Reglamento. El patrocinador debe ser responsable de la exactitud de tales declaraciones. Además, una vez que un anuncio haya sido identificado como político, su difusión ulterior debe seguir cumpliendo los requisitos de transparencia y los correspondientes requisitos de diligencia debida.***

(44) ***Habida cuenta de la importancia de garantizar, en particular, la eficacia de las normas sobre transparencia y los correspondientes requisitos de diligencia debida, los acuerdos contractuales celebrados para la prestación de servicios de publicidad política deben garantizar que la información necesaria para que los prestadores de servicios de publicidad política puedan cumplir el presente Reglamento se transmita de buena fe, de manera completa, con exactitud y sin demora indebida. En caso de declaración o información incompleta, obsoleta o errónea, el presente Reglamento debe prever la cumplimentación, actualización o corrección de dicha declaración o información. Esto no debe suponer una obligación general para el prestador de servicios de publicidad política de supervisar la veracidad de las declaraciones relativas a la naturaleza política de la publicidad o de llevar a cabo ejercicios de verificación de los hechos costosos o excesivos. A fin de aplicar eficazmente el requisito de complementar, actualizar o corregir dicha declaración o información, los prestadores de servicios de publicidad política deben adaptar sus interfaces en línea para facilitar el cumplimiento de dichas obligaciones.***

(45) ***Los prestadores de servicios de publicidad deben considerar manifiestamente errónea una declaración o información si así se desprende del contenido del anuncio, de la identidad del patrocinador o del contexto en el que se presta el servicio de que se trate, sin más comprobaciones ni ejercicios de verificación de los hechos.***

(46) Los editores de publicidad política que sean también plataformas en línea de muy gran tamaño y motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño en el sentido del Reglamento (UE) 2022/2065 deben determinar, analizar y evaluar con diligencia los riesgos sistémicos que plantean sus servicios de publicidad política en el contexto de sus evaluaciones de riesgos en virtud del artículo 34 de dicho Reglamento y aplicar medidas de mitigación razonables, proporcionadas y eficaces para hacer frente a estos riesgos de conformidad con el artículo 35 de dicho Reglamento.

(47) Las normas sobre transparencia ***y los correspondientes requisitos de diligencia debida*** establecidos en el presente Reglamento solo deben aplicarse a los servicios de publicidad política, es decir, a la publicidad política que se presta normalmente a cambio de una remuneración, que puede incluir una prestación en especie. ***Estas normas*** no deben aplicarse a los contenidos cargados por un usuario de un servicio de intermediación en línea, como por ejemplo una plataforma en línea, y difundidos por el servicio de intermediación en línea sin contraprestación por la inserción, publicación***, entrega*** o difusión del mensaje específico, a menos que un tercero haya remunerado al usuario por la publicidad política.

(48) ***Las normas sobre*** transparencia ***y los correspondientes requisitos de diligencia debida*** tampoco deben aplicarse al intercambio de información a través de servicios de comunicaciones electrónicas, como los servicios de mensajería electrónica o las llamadas telefónicas, siempre que no intervenga ningún servicio de publicidad política.

(49) La libertad de expresión ***y de información***, protegida por el artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales, ampara el derecho de una persona a tener opiniones políticas, a recibir y comunicar información política y a compartir ideas políticas. Toda limitación de ***esta*** libertad ▌ debe cumplir el artículo 52 de la Carta de los Derechos Fundamentales***. Esta*** libertad puede estar sujeta a modulaciones y restricciones cuando ***sean necesarias y*** estén justificadas por la persecución de un interés público legítimo y respeten los principios generales del Derecho de la Unión, como los de proporcionalidad y seguridad jurídica. Así sucede, por ejemplo, cuando las ideas políticas se comunican a través de prestadores de servicios de publicidad. ***La libertad de expresión y de información es una de las piedras angulares de un debate democrático vivaz.***

(50) El presente Reglamento no debe tener por efecto el de exigir a los Estados miembros la adopción de medidas contrarias a los principios fundamentales relativos a la libertad de expresión y de información, en particular las libertades de prensa y de expresión en otros medios de comunicación, tal como se derivan de tradiciones constitucionales, ni las normas que regulen los derechos y las responsabilidades de la prensa o de otros medios de información así como sus garantías procesales, cuando estas normas se refieren al establecimiento o a la limitación de la responsabilidad.

(51) Por lo que se refiere a los intermediarios en línea, el Reglamento (UE) ***2022/2065*** se aplica a los anuncios políticos publicados o difundidos por intermediarios en línea a través de normas horizontales aplicables a todos los tipos de publicidad en línea, incluidos los anuncios comerciales y políticos. Sobre la base de la definición de publicidad política establecida en el presente Reglamento, conviene proporcionar un mayor grado de detalle a los requisitos de transparencia establecidos para los editores de publicidad que entran en el ámbito de aplicación del Reglamento (UE) ***2022/2065***, en particular las plataformas ***en línea*** de muy gran tamaño. Este aspecto afecta, en particular, a la información relacionada con la financiación de los anuncios políticos. Los requisitos establecidos en el presente Reglamento deben entenderse sin perjuicio de lo dispuesto en el Reglamento (UE) ***2022/2065*** ▌.

(52) Las actividades de preparación, inserción, promoción, publicación***, entrega*** y difusión de ***anuncios políticos*** pueden implicar una cadena compleja de prestadores de servicios de publicidad política. Esta cadena se da, concretamente, cuando diferentes prestadores de servicios pueden controlar la selección de contenidos publicitarios, la selección de criterios de segmentación ***y entrega de anuncios***, el suministro de los datos utilizados para la segmentación ***y entrega*** de un anuncio, la prestación de las técnicas de segmentación ***y*** técnicas de ***entrega de anuncios***, la entrega de un anuncio y su difusión. ▌

Además, los patrocinadores también pueden intervenir en diferentes fases de la preparación, inserción, promoción, publicación, entrega y difusión de publicidad política. Análogamente, a efectos de técnicas de segmentación y técnicas de entrega de anuncios, un responsable del tratamiento podría determinar los fines y medios del tratamiento conjuntamente con otros responsables del tratamiento o la operación de tratamiento podría ser llevada a cabo por otra entidad en nombre del responsable del tratamiento. A la luz de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, también puede establecerse la corresponsabilidad del tratamiento cuando solo una entidad tenga acceso a los datos personales de que se trate. Debido a sus diferentes contribuciones, a saber, la definición de parámetros de segmentación, la designación de categorías de datos y el tratamiento al mostrar anuncios, los prestadores de servicios y los patrocinadores decidirían periódicamente conjuntamente los medios y los fines del tratamiento de datos personales para la publicidad política y, por tanto, podrían considerarse corresponsables del tratamiento de conformidad con el artículo 26 del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo[7] y el artículo 28 del Reglamento (UE) 2018/1725 del Parlamento Europeo y del Consejo[8]. Por lo tanto, es necesario prever una asignación clara de responsabilidades de las distintas entidades en virtud del presente Reglamento.

---

[7] ***Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) (DO L 119 de 4.5.2016, p. 1).***

[8] ***Reglamento (UE) 2018/1725 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre de 2018, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales por las instituciones, órganos y organismos de la Unión, y a la libre circulación de esos datos, y por el que se derogan el Reglamento (CE) n.º 45/2001 y la Decisión n.º 1247/2002/CE (DO L 295 de 21.11.2018, p. 39).***

(53) Cuando una estructura comercial o contractual artificial pueda eludir la eficacia de las obligaciones de transparencia establecidas en el ***presente*** Reglamento, dichas obligaciones deben aplicarse a la entidad o entidades que presten en esencia el servicio publicitario.

▌

(54) Al mismo tiempo que establece requisitos específicos, las obligaciones establecidas en el presente Reglamento ***no*** deben entenderse en el sentido de que impongan a los prestadores de servicios intermediarios una obligación general de supervisión de los contenidos políticos compartidos por personas físicas o jurídicas, ni que impongan una obligación general a los prestadores de servicios intermediarios de adoptar medidas proactivas en relación con contenidos o actividades ilícitos que dichos prestadores transmitan o almacenen.

(55) Para apoyar el cumplimiento de los requisitos del presente Reglamento, en particular los relativos al uso de técnicas de segmentación y técnicas de entrega de anuncios en el contexto de la publicidad política en línea, se anima a los prestadores de servicios intermediarios a facilitar la identificación de la publicidad política cargada o difundida directamente por los usuarios a través de su servicio de intermediación en línea. Por ejemplo, los prestadores de servicios intermediarios podrían poner a disposición de los usuarios mecanismos eficientes para indicar que un anuncio es político.

(56) La transparencia de la publicidad política debe permitir a ***las personas*** comprender que se enfrentan a un anuncio político. Los editores de publicidad política deben garantizar la publicación, ***junto*** con cada anuncio político, de una declaración clara de que se trata de un anuncio político y ***de más información, como*** la identidad de su patrocinador***, la campaña política de la que forma parte y si se han aplicado al anuncio político técnicas de segmentación o técnicas de entrega de anuncios***. En su caso, el nombre del patrocinador puede incluir un logotipo político. Los editores de publicidad política ***deben garantizar que los anuncios políticos estén correctamente etiquetados y*** deben hacer uso de un etiquetado que sea eficaz ***y que incluya la información especificada, incluida una indicación clara de dónde obtener el aviso de*** transparencia ▌. ***Deben conferirse a la Comisión competencias de ejecución para adoptar actos de ejecución a fin de establecer el formato y el modelo de las etiquetas y garantizar que se adapten al medio utilizado, teniendo en cuenta la evolución tecnológica y del mercado más reciente, la investigación científica pertinente y las mejores prácticas.***

(57) Con el fin de apoyar la rendición de cuentas en el proceso político, ***la*** información ***que*** debe proporcionarse en un aviso de transparencia debe incluir también la identidad del patrocinador ***y, en su caso, de la entidad que controla en última instancia al patrocinador***. Debe indicarse claramente el lugar de establecimiento del patrocinador y si este es una persona física o jurídica. Los datos personales relativos a personas implicadas en la publicidad política, sin vínculos con el patrocinador u otros actores políticos implicados no deben figurar en el aviso de transparencia. Además, el aviso de transparencia debe contener información sobre el período de difusión, las elecciones asociadas, el importe desembolsado y el valor de otras prestaciones recibidas en contraprestación parcial o total por el anuncio específico y por toda la campaña de publicidad política, la fuente de los fondos utilizados y otra información para garantizar la equidad de la difusión del anuncio político. La información sobre la fuente de los fondos utilizados se refiere, por ejemplo, a su origen público o privado ***y*** a si provienen de la Unión Europea o de un tercer país. La información relativa a las elecciones o referendos asociados debe incluir, cuando sea posible, un enlace a la información procedente de fuentes oficiales sobre la organización y las modalidades de participación o de promoción de la participación en dichas elecciones o referendos. ***Cuando un anuncio político se vuelva a publicar después de haber sido suspendido o interrumpido debido a una infracción del presente Reglamento, los avisos de transparencia deben indicarlo a fin de garantizar que las personas tengan conocimiento de ello de forma adecuada.***

El aviso de transparencia debe estar disponible inmediatamente después de la publicación o difusión del anuncio, y la información que contiene debe mantenerse actualizada. Además, el aviso de transparencia debe incluir información sobre cómo marcar los anuncios políticos de conformidad con el procedimiento establecido en el presente Reglamento. Este requisito debe entenderse sin perjuicio de las disposiciones sobre notificación establecidas en ▌el Reglamento (UE) ***2022/2065***.

(58) ***A fin de garantizar una mayor transparencia de la publicidad política, es necesario recopilar y presentar en el aviso de transparencia pertinente información sobre el alcance de la publicidad política y las distintas interacciones personales con ella. El alcance del mensaje se refiere a datos que permiten cuantificar la distribución geográfica y el número de personas que consultaron, recibieron o interactuaron de otro modo con la publicidad política, incluido el número de vistas, impresiones y clics. La interacción con el mensaje hace referencia a datos que permiten cuantificar las interacciones personales con la publicidad política en línea, medidas por diversos medios, incluido el período de interacción con el anuncio político. Las normas pertinentes para la preparación del etiquetado y los avisos de transparencia de los anuncios políticos deben abordar la cuantificación del alcance y las interacciones.***

(59) ***La presentación de la información*** en el aviso de transparencia ***puede variar en función de los medios utilizados. A fin de recuperar fácilmente la información del aviso de transparencia en el anuncio fuera de línea, podría utilizarse, por ejemplo, un enlace web específico, un código de respuesta rápida (o «código QR») o medidas técnicas equivalentes de fácil utilización.*** ▌ El requisito de que la información sobre el aviso de transparencia sea, entre otras cosas, claramente visible debe implicar que figure en un lugar destacado dentro de la publicidad o junto con ella. El requisito de que la información publicada en el aviso de transparencia sea fácilmente accesible, legible por máquina cuando sea técnicamente posible y fácil de usar debe implicar que se ajuste a las necesidades de las personas con discapacidad ***cumpliendo los requisitos de accesibilidad aplicables, también, cuando sea técnicamente posible, poniendo la información a disposición del público a través de más de un canal sensorial***. ***A fin de poder tener en cuenta la evolución tecnológica y del mercado más reciente, la investigación científica pertinente y las mejores prácticas, y de garantizar que los avisos de transparencia se adapten al medio utilizado, deben conferirse a la Comisión competencias de ejecución para adoptar actos de ejecución que establezcan su formato y establezcan especificaciones técnicas.***

(60) ***Es necesario que, cuando la publicidad política se ponga a disposición por vía electrónica, incluidos los medios en línea, el aviso de transparencia adjunto también esté disponible electrónicamente y en un formato legible por máquina. La publicidad política que solo se pone a disposición a través de medios fuera de línea, como folletos impresos o periódicos impresos, puede ir acompañada de avisos de transparencia que también se pongan a disposición únicamente a través de medios fuera de línea, también en el mismo folleto o periódico impreso. No obstante, cuando la publicidad política se ponga a disposición a través de un medio fuera de línea y el aviso de transparencia estén disponibles por vía electrónica, el aviso de transparencia también debe estar en un formato legible por máquina.***

(61) ***La información debe considerarse legible por máquina si se proporciona en un formato que las aplicaciones informáticas puedan procesar automáticamente, sin intervención humana, en particular con el fin de identificar, reconocer y extraer de ella datos específicos.***

(62) Los avisos de transparencia deben diseñarse para concienciar a los usuarios y ayudar a identificar claramente la publicidad política como tal. Deben estar diseñados para que mantengan el lugar que ocupan o para que se pueda seguir accediendo a ellos en caso de que un anuncio político se difunda ulteriormente, por ejemplo, publicándolo en otra plataforma o reenviándolo a otras personas. La información incluida en el aviso de transparencia debe publicarse cuando comience la publicación de los anuncios políticos y mantenerse ***hasta el fin de su publicación. Los editores de publicidad política deben conservar sus avisos de transparencia, junto con cualquier modificación, y presentarlos cuando se les solicite, durante un período de siete años después*** de la última publicación.

(63) Dado que los editores de publicidad política ponen anuncios políticos a disposición del público, deben publicar o difundir la información incluida en el aviso de transparencia entre el público junto con la publicación o difusión del anuncio político. ***Cuando un*** editor de publicidad política ***adquiera conocimiento, por cualquier medio, de que un anuncio político no cumple*** los requisitos de transparencia establecidos en el presente Reglamento***, por ejemplo, a raíz de una notificación individual, debe hacer esfuerzos razonables por cumplir los requisitos del presente Reglamento. Cuando la información no pueda completarse ni corregirse sin demora indebida, los editores de publicidad política no deben poner a disposición del público anuncios políticos que no cumplan los requisitos de transparencia establecidos en el presente Reglamento, o deben interrumpir su publicación o difusión al público. En estas situaciones, los editores de publicidad política deben informar a los prestadores de servicios de publicidad política interesados y, en su caso, al patrocinador, de las medidas razonables que se hayan adoptado para cumplir los requisitos del presente Reglamento. El editor debe informar al patrocinador o al prestador de servicios pertinente que actúe en su nombre de toda decisión tomada a este respecto.***

(64) Para garantizar la publicación de la información sobre publicidad política en línea exigida en virtud del presente Reglamento, y el acceso efectivo a ella por parte de todas las personas interesadas, es necesario que la Comisión establezca y garantice, directamente o confiando esta responsabilidad a una autoridad de gestión, la gestión de un repositorio público para todos los anuncios políticos en línea, el repositorio europeo de anuncios políticos en línea. Toda delegación en una autoridad de gestión debe estar sujeta a las adaptaciones normativas necesarias. Para apoyar el acceso de las personas a la información, en particular para facilitar el trabajo de los agentes interesados, como los investigadores en su función específica, y para apoyar elecciones o referendos libres y justos y campañas electorales justas, en particular mediante el control de los patrocinadores de publicidad política y el análisis del panorama de anuncios políticos, dicho repositorio debe incluir una funcionalidad que permita el acceso a la publicidad política en línea, junto con la información requerida en virtud del presente Reglamento, durante un período determinado a través de un portal único. Para apoyar a los editores de publicidad política que no sean plataformas en línea de muy gran tamaño o motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño en el sentido del Reglamento (UE) 2022/2065, dicho repositorio debe incluir un servicio de alojamiento de datos que garantice la disponibilidad de forma gratuita de la publicidad política en línea y de la información publicada con ella. Dichos editores de publicidad política deben proporcionar la información necesaria en un plazo determinado.

Los editores y patrocinadores de publicidad política deben seguir siendo responsables de los anuncios políticos y otra información proporcionada a través del repositorio europeo de anuncios políticos en línea, en particular de su integridad y exactitud y de garantizar que se mantengan actualizados. A fin de garantizar el funcionamiento eficaz del repositorio europeo de anuncios políticos en línea, deben conferirse a la Comisión competencias de ejecución para adoptar actos de ejecución a fin de establecer disposiciones detalladas para el funcionamiento de dicho repositorio. Dichos actos de ejecución deben referirse, entre otras cosas, a una estructura común de datos y una interfaz de programación de aplicaciones para permitir la transmisión de la información necesaria, así como su recuperación del repositorio, los metadatos a fin de facilitar la indexación de los anuncios políticos por parte de los motores de búsqueda en línea y su inclusión en el repositorio y soluciones de autenticación normalizadas para que la información sobre transparencia pueda vincularse a los anuncios políticos, así como para autenticar versiones de la información.

(65) ***Al cumplir sus obligaciones en virtud del presente Reglamento, los prestadores de servicios de publicidad política deben actuar de manera imparcial y teniendo debidamente en cuenta los derechos fundamentales y otros derechos e intereses legítimos. Los prestadores de servicios de publicidad política deben en particular prestar la debida atención a la libertad de expresión y de acceso a la información, incluida la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación.***

(66) ***Además, los editores de publicidad política que sean plataformas en línea de muy gran tamaño o motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño en el sentido del Reglamento (UE) 2022/2065 deben garantizar que, para cada anuncio político, la información contenida en el aviso de transparencia esté disponible en los repositorios de anuncios a que se refiere el artículo 39 de dicho Reglamento, y sea accesible a través del repositorio europeo de anuncios políticos en línea. Dicha información debe ponerse a disposición desde el momento de su publicación y debe mantenerse actualizada y proporcionarse con arreglo a una norma acordada del sector en materia de accesibilidad, estructura de datos y acceso mediante una interfaz de programación de aplicaciones común a disposición del público.***

(67) Cuando el prestador del servicio de publicidad política que aloja o almacena y ofrece de otro modo el contenido de un anuncio político sea distinto del prestador del servicio de publicidad política que controla el sitio web u otra interfaz que en última instancia ***presente*** la publicidad política, estos prestadores deben considerarse conjuntamente editores de publicidad política, responsables del servicio específico que prestan, para garantizar que se proporciona el etiquetado y que se pone a disposición el aviso de transparencia y la información pertinente. Sus condiciones contractuales deben ***permitir*** el cumplimiento del presente Reglamento.

(68) La información sobre los importes y el valor de otras prestaciones recibidas en contraprestación parcial o total por los servicios de publicidad política puede contribuir de forma útil al debate político. Es necesario garantizar que pueda obtenerse una visión de conjunto adecuada de la actividad de publicidad política a partir de los informes anuales elaborados por los editores de publicidad política pertinentes. Para facilitar la supervisión y la rendición de cuentas, dichos informes deben incluir información sobre el gasto en segmentación ***o entrega*** de la publicidad política durante el período pertinente, agregada por campaña***, así como la información pertinente transmitida a los editores de publicidad política por otras entidades***. A fin de evitar cargas desproporcionadas, dichas obligaciones de información en materia de transparencia no deben aplicarse a las ***microempresas y las pequeñas y medianas*** empresas que cumplan los requisitos del artículo 3, ***apartados 1, 2 y 3***, de la Directiva 2013/34/UE.

(69) Los editores de publicidad política que presten servicios de publicidad política deben establecer mecanismos que permitan a las personas ***físicas o jurídicas*** informarles de que un anuncio político concreto que han publicado no cumple lo dispuesto en el presente Reglamento. ***Las organizaciones de la sociedad civil, las organizaciones de derechos humanos y de defensa de intereses ciudadanos, los periodistas y otras entidades interesadas tienen una función crucial que desempeñar a este respecto.*** Los mecanismos para notificar dicha publicidad deben ser de fácil acceso y utilización, y deben adaptarse a la forma de la publicidad distribuida por el editor de publicidad política. En la medida de lo posible, estos mecanismos deben ser accesibles desde el propio anuncio, por ejemplo, a través del sitio web del editor de la publicidad política. ***En caso necesario, los editores de publicidad política deben establecer medidas técnicas destinadas a garantizar unas normas mínimas de seguridad de las tecnologías de la información, incluidas medidas de prevención de las notificaciones automatizadas.*** Los editores de publicidad política deben poder recurrir, en su caso, a los mecanismos existentes. ***Por ejemplo,*** cuando los editores de publicidad política sean prestadores de servicios de alojamiento en línea en el sentido del ***Reglamento (UE) 2022/2065***, en lo que respecta a los anuncios políticos alojados a petición de los destinatarios de sus servicios, ***los editores de publicidad política deben poder recurrir a los mecanismos de notificación y acción con arreglo a dicho Reglamento para*** las notificaciones relativas a la no conformidad de dichos anuncios con el presente Reglamento. ***Cuando estos mecanismos no estén disponibles, los particulares deben poder informar acerca de dichos anuncios políticos directamente a las autoridades competentes.***

(70) ***En aras de una aplicación coherente de los mecanismos que permitan la notificación de publicidad política potencialmente no conforme, la Comisión debe elaborar directrices, en particular para contribuir a la preparación de especificaciones técnicas adecuadas para los mecanismos, adaptadas a los medios audiovisuales e impresos, así como la publicidad en línea y fuera de línea.***

(71) ***Los editores de publicidad política deben examinar y tramitar las notificaciones recibidas de conformidad con el presente Reglamento de manera diligente, no arbitraria y objetiva, tal como se especifica en este. El editor de publicidad política debe confirmar la recepción de la notificación e informar, según proceda, a la persona física o jurídica que realizó la notificación del curso que se le ha dado, así como proporcionar información sobre las posibilidades de medidas resarcitorias, en particular, en su caso, las previstas en la Directiva (UE) 2020/1828 del Parlamento Europeo y del Consejo[9], en relación con el anuncio al que se refiere la notificación. Para garantizar que los patrocinadores y prestadores de servicios de publicidad política afectados sean conscientes del impacto de las notificaciones, el editor de publicidad política también debe informar a los patrocinadores o prestadores de servicios de publicidad política de que se trate de cualquier medida pertinente que adopte a raíz de las notificaciones. Para garantizar un funcionamiento eficaz de estos mecanismos durante el mes inmediatamente anterior a unas elecciones o un referéndum, pues se trata de un período especialmente delicado, los editores de publicidad política que no se consideren microempresas ni pequeñas o medianas empresas en virtud del artículo 3, apartados 1, 2 y 3, de la Directiva 2013/34/UE deben tramitar las notificaciones que reciban en relación con un anuncio vinculado a dichas elecciones o dicho referéndum en un plazo de 48 horas, siempre que la notificación pueda tramitarse de forma completa sobre la base de la información incluida en ella.***

---

[9] ***Directiva (UE) 2020/1828 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2020, relativa a las acciones de representación para la protección de los intereses colectivos de los consumidores, y por la que se deroga la Directiva 2009/22/CE (DO L 409 de 4.12.2020, p. 1).***

(72) Toda acción emprendida por un editor de publicidad política debe estar estrictamente orientada, en el sentido de que debe servir, ante todo, para corregir y completar la información requerida y, solo como último recurso, eliminar los elementos específicos de información que no cumplan el presente Reglamento. Al llevarla a cabo, el editor de publicidad política debe tomar debidamente en consideración la libertad de expresión y de información, así como otros derechos fundamentales.

(73) Con el fin de permitir que determinadas entidades desempeñen su correspondiente papel en las democracias, conviene establecer normas sobre la transmisión de la información publicada con el anuncio político o integrada en el aviso de transparencia a los agentes interesados, como por ejemplo investigadores autorizados, periodistas, organizaciones de la sociedad civil y observadores electorales ***reconocidos***, con el fin de apoyar el desempeño de sus respectivas funciones en el proceso democrático. No debe exigirse a los prestadores de servicios de publicidad política que respondan a solicitudes ***confusas,*** excesivas ***o que se refieran a información que no obre en su poder***. Además, debe permitirse al prestador de servicios de publicidad política de que se trate cobrar una tasa razonable en caso de ***costes significativos***, teniendo en cuenta los costes administrativos de ***proporcion***ar la información.

(74) Cada vez es más frecuente el uso de datos personales recogidos directamente de las personas, o indirectamente, como es el caso de los datos ***observados o*** inferidos, para agrupar a las personas en función de sus intereses, ya sean asumidos o derivados de su actividad en línea, la elaboración de perfiles de comportamiento y otras técnicas de análisis, para orientar los mensajes políticos hacia grupos o votantes individuales y para amplificar su impacto. A partir del tratamiento de datos personales, en particular ***las categorías especiales de datos personales*** con arreglo a los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) 2018/1725, es posible segmentar diferentes grupos de votantes o individuos y aprovechar sus características o vulnerabilidades, por ejemplo, difundiendo los anuncios en momentos y lugares específicos concebidos para sacar partido de las situaciones en que serían sensibles a un determinado tipo de información o mensaje. ***Este tipo de tratamiento de datos personales*** tiene efectos específicos y perjudiciales para los derechos y libertades fundamentales de ***las personas***, ***tales como ser tratadas de manera justa e igual, no ser manipuladas,*** recibir información objetiva, formarse una opinión, tomar decisiones políticas y ejercer sus derechos de voto***.***

Además, repercute negativamente en el proceso democrático. ***puesto que conduce a la fragmentación del debate público sobre cuestiones sociales importantes, la actividad de acercamiento selectivo y, en última instancia, la manipulación del electorado. También aumenta el riesgo de propagación de la manipulación de la información y la injerencia exterior. La publicidad política engañosa o encubierta constituye un riesgo pues influye en los mecanismos básicos que permiten el funcionamiento de nuestra sociedad democrática.*** Deben establecerse restricciones y condiciones adicionales en comparación con las establecidas en los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) 2018/1725. ***Los requisitos establecidos*** en el presente Reglamento sobre el uso de técnicas de y técnicas ***de entrega de anuncios*** que impliquen el tratamiento de datos personales en el contexto de la publicidad política deben basarse en el artículo 16 del TFUE.

(75) ***De conformidad con el Derecho de la Unión, los responsables del tratamiento, tal como se definen en el artículo 4, punto 7, del Reglamento (UE) 2016/679, deben velar por que la toma de decisiones individual no se vea afectada por interfaces engañosas que distorsionen o dificulten sustancialmente, ya sea porque tengan dicho propósito o efecto, la toma de decisiones autónoma e informada de las personas, también a través del uso de casillas previamente marcadas y otras técnicas sesgadas y poco transparentes que lleven o inciten a las personas a tomar decisiones concretas que de otro modo no habrían tomado. El uso sistemático de interfaces engañosas, acuerdos de consentimiento poco claros e información engañosa, así como la falta de tiempo para leer las condiciones, son prácticas comunes que dificultan que las personas dispongan de una información y un control claros en el contexto del sector de la publicidad en línea. Las normas de prevención de las interfaces engañosas no deben entenderse de manera que impidan a los responsables del tratamiento interactuar directamente con las personas. No obstante, los responsables del tratamiento deben abstenerse de solicitar reiteradamente a una persona que elija cuando ya haya hecho tal elección, así como de hacer que el procedimiento de retirada del consentimiento sea mucho más complicado que el de darlo, hacer que determinadas opciones sean más difíciles o requieran más tiempo que otras o emplear parámetros predeterminados muy difíciles de cambiar, lo que sesga de forma no razonable la toma de decisiones de las personas de una manera que distorsiona y menoscaba su autonomía, su toma de decisiones y su elección. El mecanismo para obtener decisiones de las personas debe ser claro y fácil de utilizar, y la prominencia relativa de las alternativas no debe tratar de influir en la decisión de la persona. La información proporcionada a las personas a este respecto debe ser sucinta, estar redactada en un lenguaje claro e inteligible y ponerse a disposición de manera fácil, destacada y directa.***

(76) Debe alentarse a los editores de publicidad política que sean prestadores o usuarios de técnicas de entrega de anuncios a que ofrezcan soluciones que minimicen la posibilidad de discriminación en la entrega de anuncios políticos sobre la base del tratamiento de datos personales.

(77) ▌Deben prohibirse en el contexto de la publicidad política ***en línea las técnicas de segmentación y las técnicas de entrega de anuncios*** que impliquen ***la elaboración de perfiles mediante el uso de las categorías especiales de datos personales*** a que se refieren ***los Reglamentos*** (UE) 2016/679 y ▌(UE) 2018/1725. ***No debe ser posible basarse en las excepciones establecidas en el artículo 9, apartado 2, del Reglamento (UE) 2016/679 y en el artículo 10, apartado 2, del Reglamento (UE) 2018/1725 para utilizar esas técnicas en el contexto de la publicidad política en línea.*** La utilización de ▌técnicas ***de segmentación y técnicas de entrega de anuncios que impliquen el tratamiento de datos personales distintos de las categorías especiales de datos personales en el contexto de la publicidad política en línea*** debe permitirse exclusivamente cuando ***se base en datos personales obtenidos de los interesados y con su*** consentimiento expreso, ***proporcionados por separado para fines de publicidad política***. ***Teniendo presente el papel de los partidos políticos, fundaciones, asociaciones o cualquier otro organismo sin ánimo de lucro en nuestra democracia, estas restricciones no deben afectar a su capacidad para comunicarse con sus miembros y antiguos miembros y difundir información, como boletines informativos, relacionada con sus actividades políticas, cuando se base exclusivamente en datos de suscripción y en datos personales proporcionados por ellos.***

Los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) 2018/1725 se aplican al tratamiento de datos personales, y el consentimiento expreso debe entenderse como consentimiento en el sentido de dichos Reglamentos. Las técnicas de segmentación y las técnicas de entrega de anuncios, cuando se utilicen en las condiciones establecidas en el presente Reglamento, pueden ser útiles para difundir publicidad e información políticas y para llegar hasta los ciudadanos e informarlos.

(78) Los responsables del tratamiento de los datos no deben utilizar datos personales obtenidos de terceros con fines de segmentación o de entrega de anuncios de publicidad política. Para ayudar a evitar la microsegmentación manipuladora, es esencial que los prestadores de servicios de publicidad política adopten medidas específicas para garantizar que los datos personales recogidos y tratados con fines de segmentación y de entrega de anuncios de publicidad política se limiten a lo necesario en relación con esos fines, por ejemplo, restringiendo la disponibilidad de opciones de segmentación y de entrega de anuncios de publicidad política ofrecidas a los destinatarios de servicios a aquellas que solo requieran la combinación de un máximo de cinco categorías.

(79) ***El requisito de que la segmentación o la entrega de anuncios de publicidad política no se base en la elaboración de perfiles que utiliza categorías especiales de datos personales incluye la elaboración de perfiles que utiliza categorías especiales de datos personales evaluados a partir de datos personales que no son en sí mismos categorías especiales de datos personales. Esto podría suceder, por ejemplo, en caso de que un responsable del tratamiento de datos utilice datos personales que no son categorías especiales de datos personales para clasificar a los interesados según determinadas convicciones religiosas, filosóficas o políticas, e independientemente de si dicha categorización es cierta. Si el tratamiento de datos personales revela una categoría especial de datos personales, la forma en que se etiquete la categoría debe ser irrelevante. Cuando el usuario de una red social en línea visita una página concreta o utiliza una aplicación u otra función o servicio en línea relacionado con una o varias de las categorías a que se refiere el artículo 9, apartado 1, del Reglamento (UE) 2016/679 y, en su caso, proporciona datos personales al registrarse o hacer un pedido en línea, o interactuando de otro modo con la red social, el tratamiento de datos personales por parte del operador de dicha red social en línea debe considerarse un «tratamiento de categorías especiales de datos personales» en el sentido de dicho artículo, que está en principio prohibido, cuando ese tratamiento de datos permita revelar información perteneciente a una de esas categorías, con independencia de que dicha información se refiera a un usuario de dicha red social o a cualquier otra persona física. Esto sucede independientemente de si el interesado tuvo conocimiento de la intención de utilizar dichos datos para fines de segmentación o de entrega de anuncios políticos en el momento en que se recogieron.***

(80) Se concede y retira el consentimiento para el tratamiento de datos personales de conformidad con los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) 2018/1725. Dicho consentimiento debe darse mediante una declaración o una acción, clara y afirmativa, que establezca una manifestación de voluntad libre, específica, informada e inequívoca del interesado por la que acepta el tratamiento de datos personales con fines de publicidad política. Además, a efectos del presente Reglamento, el consentimiento debe ser expreso y darse por separado para fines de publicidad política. A efectos del presente Reglamento, en particular cuando se obtenga el consentimiento para el tratamiento de datos personales para orientar o entregar anuncios políticos durante la prestación de un servicio en línea, los responsables del tratamiento deben obtener el consentimiento mediante la presentación al interesado de una solución fácil de usar para proporcionar, modificar o retirar su consentimiento de manera expresa, clara y sencilla. Los responsables del tratamiento no deben diseñar, organizar ni gestionar interfaces de manera que se engañe, manipule, o se distorsione o menoscabe de otro modo sustancialmente la capacidad del interesado para prestar libremente su consentimiento para ese fin específico. A efectos del presente Reglamento, el requisito de obtener el consentimiento para el tratamiento de datos personales no puede evitarse afirmando que el interesado hizo públicos los datos personales de que se trate.

Retirar el consentimiento al tratamiento de datos personales para orientar o entregar publicidad política debe ser tan fácil como prestarlo. No debe resultar para el interesado más difícil denegar o retirar su consentimiento que prestarlo, ni debe llevarle más tiempo. Deben respetarse las señales electrónicas que manifiesten el deseo de las personas de no recibir publicidad política.

(81) A la luz de la sentencia del Tribunal de Justicia de 4 de julio de 2023 en el asunto C-252/21[10], Meta Platforms y otros (Conditions générales d'utilisation d'un réseau social), los interesados deben disponer de la libertad de negarse, en el contexto de la publicidad política, a prestar su consentimiento a operaciones particulares de tratamiento de datos, sin verse por ello obligados a renunciar íntegramente a obtener acceso a un servicio en línea. Tal como ha afirmado el Tribunal de Justicia, debe ofrecerse a dichos usuarios una alternativa equivalente que no vaya acompañada de tales operaciones de tratamiento de datos.

---

10 ***Sentencia del Tribunal de Justicia de 4 de julio de 2023, Meta Platforms y otros (Conditions générales d'utilisation d'un réseau social), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.***

(82) Los más jóvenes son un grupo especialmente vulnerable, que puede ser objeto de explotación a través del uso indebido de técnicas de segmentación y de técnicas de entrega de anuncios. Aunque aún no estén facultados para votar, pueden ser un objetivo específico usado para manipular el debate. Por lo tanto, en el contexto de la publicidad política, deben prohibirse las técnicas de segmentación y las técnicas de entrega de anuncios que impliquen el tratamiento de datos personales de un interesado del que se sepa con una certeza razonable que está al menos un año por debajo de la edad de voto establecida por las normas nacionales.

(83) A fin de garantizar una transparencia y rendición de cuentas reforzadas, al utilizar técnicas de segmentación y ***técnicas de entrega de anuncios*** en el contexto de la publicidad política ***en línea*** que impliquen el tratamiento de datos personales, los responsables del tratamiento deben aplicar ***requisitos*** adicionales ***en materia de transparencia***. ***Dichos requisitos*** deben ***incluir, entre otras cosas, la adopción de*** una política que describa el uso de tales técnicas ***y los principales parámetros, el mantenimiento de registros de su uso, la realización de una evaluación anual de los riesgos del uso de dichas técnicas para los derechos y libertades fundamentales y el suministro, junto con una indicación de que un anuncio es*** un anuncio político, ***de la*** información ***adicional necesaria*** que permita a la persona afectada comprender la lógica aplicada ▌ .

(84) Los requisitos de transparencia y rendición de cuentas deben aplicarse a todos los responsables del tratamiento, independientemente de si el responsable actúa a título personal, actúa junto con el prestador de servicios de publicidad política o es la misma entidad que el editor de publicidad política. En los casos en que el responsable del tratamiento sea distinto del editor de publicidad política, el responsable del tratamiento debe transmitir al editor de publicidad política la política interna y velar por que se comunique al editor de publicidad política en tiempo oportuno y con exactitud cualquier otra información necesaria para el cumplimiento del presente Reglamento.

(85) Los prestadores de servicios de publicidad política deben transmitir a los editores de publicidad política la información necesaria para el cumplimiento de las obligaciones que les incumben en virtud del presente Reglamento. La transmisión de dicha información puede automatizarse e integrarse en los procesos empresariales ordinarios sobre la base de normas.

(86) Con el fin de seguir capacitando a las personas para ejercer sus derechos en materia de protección de datos, los editores de publicidad política deben proporcionar información adicional y herramientas eficaces a los interesados para apoyar el ejercicio de sus derechos en virtud del marco jurídico de la Unión en materia de protección de datos, en particular el derecho a ***modificar sus datos personales*** o retirar su consentimiento cuando sean el objetivo de publicidad política. Además, esta información debe ser de fácil acceso directamente desde el aviso de transparencia. Las herramientas puestas a disposición de las personas para apoyar el ejercicio de sus derechos deben ser eficaces para evitar que una persona sea el objetivo de publicidad política, así como para impedir la segmentación sobre la base de criterios específicos y por uno o varios responsables del tratamiento específicos.

(87) La información que debe ***proporcion***arse con arreglo a todos los requisitos aplicables al uso de técnicas de segmentación y ***técnicas de entrega de anuncios*** en virtud del presente Reglamento debe presentarse en un formato fácilmente accesible, claramente visible, de fácil utilización, incluso mediante el uso de un lenguaje sencillo***, y accesible para las personas con discapacidad***.

(88) Conviene establecer normas para la transmisión de información relativa a la orientación y ***a la entrega de anuncios*** a otras entidades interesadas. El régimen aplicable debe ser coherente con el régimen para la transmisión de información vinculada a los requisitos de transparencia.

(89) Los prestadores de servicios de publicidad política establecidos en un tercer país que ofrezcan servicios en la Unión deben designar un representante legal autorizado en la Unión ***que esté registrado ante la autoridad competente designada por cada Estado miembro***, con el fin de permitir una supervisión eficaz del presente Reglamento en relación con dichos prestadores. El representante legal puede ser el representante designado sobre la base del artículo 27 del Reglamento (UE) 2016/679 o el representante legal designado con arreglo al artículo ***13*** del Reglamento (UE) ***2022/2065***. ***Los Estados miembros deben mantener un registro de acceso público de todos los representantes legales registrados en su territorio con arreglo al presente Reglamento y la Comisión debe crear y mantener un portal de acceso público enlazado con los sitios web proporcionados por los Estados miembros. Dada la importancia de este requisito para la aplicación efectiva del presente Reglamento en relación con los prestadores de servicios de publicidad política establecidos en un tercer país, así como para mantener unas condiciones de competencia equitativas para todos los prestadores de servicios de publicidad política en el mercado interior, en ausencia de un representante legal designado, los Estados miembros deben adoptar las medidas adecuadas necesarias para garantizar el cumplimiento del presente Reglamento, en particular suspendiendo la publicación o difusión de los anuncios políticos pertinentes cuando no pueda garantizarse el cumplimiento de otro modo.***

(90) A efecto de la supervisión eficaz del presente Reglamento, es necesario confiar a las autoridades de supervisión las competencias para supervisar y hacer cumplir las normas pertinentes***, así como dotarlas de los medios necesarios para desempeñar sus funciones en virtud del presente Reglamento***. En función del ordenamiento jurídico de cada Estado miembro y de conformidad con la Derecho vigente de la Unión, incluidos los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) ***2022/2065***, se pueden designar diferentes autoridades judiciales o administrativas nacionales a tal efecto.

(91) Por lo que respecta a la supervisión de los servicios de intermediación en línea en virtud del presente Reglamento, los Estados miembros deben designar a las autoridades competentes para dicho fin y garantizar que dicha supervisión sea coherente con la de las autoridades competentes designadas de conformidad con el artículo 49 del Reglamento (UE) ***2022/2065***. Los coordinadores de servicios digitales, designados en virtud de dicho Reglamento en cada Estado miembro, deben, en cualquier caso, ser responsables de garantizar la coordinación a nivel nacional con respecto a estas cuestiones y establecer, cuando sea necesario, una cooperación transfronteriza con otros coordinadores de servicios digitales siguiendo los mecanismos establecidos en dicho Reglamento. En aplicación del presente Reglamento, ese mecanismo debe limitarse a la cooperación nacional entre coordinadores de servicios digitales y no debe elevar la cuestión a escala de la Unión, tal como se prevé en el Reglamento (UE) ***2022/2065***. ***En la medida en que la Comisión tiene competencia exclusiva para supervisar y garantizar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el Reglamento (UE) 2022/2065 por parte de las plataformas en línea de muy gran tamaño y los motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño en el sentido de dicho Reglamento, la Comisión debe evaluar el cumplimiento por parte de estos agentes de las obligaciones que les incumben con respecto al repositorio europeo de anuncios políticos en línea.***

(92) Para la supervisión de los aspectos del presente Reglamento que no sean competencia de las autoridades de control en virtud de los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) ***2018/1725***, los Estados miembros deben designar a las autoridades competentes ***para supervisar y hacer cumplir las normas pertinente***s. Para apoyar la defensa de los derechos y libertades fundamentales, el Estado de Derecho, los principios democráticos y la confianza de los ciudadanos en la supervisión de la publicidad política, es necesario que dichas autoridades sean ***imparciales,*** estructuralmente independientes de injerencias exteriores o presiones políticas y estén debidamente habilitadas para supervisar eficazmente y adoptar las medidas necesarias para garantizar el cumplimiento del presente Reglamento, en particular los requisitos de etiquetado y transparencia. ***Si bien*** los Estados miembros pueden designar, en particular, a las autoridades u organismos reguladores nacionales en virtud del artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo[11], ***también podrían designar a otras autoridades, como autoridades electorales o judiciales***.

[11] ***Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual) (DO L 95 de 15.4.2010, p. 1).***

(93) Para apoyar a las autoridades de control en el desempeño de sus funciones, la Comisión debe solicitar al Comité Europeo de Protección de Datos que emita directrices dirigidas a las autoridades de control a que se refiere el artículo 51 del Reglamento (UE) 2016/679 sobre el tratamiento de categorías especiales de datos personales para orientar o entregar anuncios políticos, incluidas las condiciones para obtener el consentimiento a efectos de orientación o entrega de anuncios políticos, y la cooperación entre dichas autoridades y otras autoridades responsables de la aplicación y el cumplimiento de los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

(94) ***Debe apoyarse a las autoridades de control independientes en virtud del Reglamento (UE) 2016/679 para que hagan pleno uso de las facultades que les confiere dicho Reglamento para supervisar la protección de los datos personales prevista en el presente Reglamento, también en el marco del procedimiento de cooperación, el mecanismo de coherencia y, en particular, el procedimiento de urgencia. El período anterior a unas elecciones o un referéndum es especialmente importante en las campañas políticas, a la hora de influir en los ciudadanos en la formación de opiniones políticas y el ejercicio de sus derechos de voto. También es especialmente delicado por lo que respecta a las infracciones de las normas aplicables, ya que, para ser eficaces, las medidas correctoras por lo general tienen que haberse adoptado antes de que se produzca el acto electoral. Esta es la razón por la que las infracciones de las normas aplicables al tratamiento de datos personales con fines de orientación de la publicidad política en dicho período pueden tener efectos negativos especialmente significativos en los derechos de los ciudadanos, incluidas la libertad para formarse una opinión sin injerencia indebida y la libertad de información. Con el fin de garantizar una acción rápida para proteger los derechos y libertades de las personas durante el período crítico antes de que tenga lugar la votación en el transcurso de unas elecciones, las autoridades de protección de datos deben poder actuar con prontitud para hacer valer los derechos de los interesados de que se trate. A tal fin, las autoridades de protección de datos deben hacer uso de la gama de instrumentos previstos en el Reglamento (UE) 2016/679 para cooperar y prestarse asistencia mutua, incluido, en su caso, el procedimiento de urgencia establecido en el artículo 66 de dicho Reglamento.***

(95) Si bien las autoridades competentes responsables de la aplicación del presente Reglamento no deben apartarse de las decisiones adoptadas por las autoridades de control responsables de la aplicación del Reglamento (UE) 2016/679 a que se refiere el artículo 51 de dicho Reglamento, dichas autoridades competentes pueden tener que evaluar si la publicidad política cumple lo dispuesto en dicho Reglamento a efectos del presente Reglamento. De conformidad con el artículo 4, apartado 3, del TUE, dichas autoridades competentes y dichas autoridades de control han de cooperar lealmente entre sí y respetar sus facultades y competencias respectivas a fin de garantizar la coherencia en la aplicación de ambos Reglamentos.

(96) Cuando ya existan normas en virtud del Derecho de la Unión relativas al suministro de información a las autoridades competentes y a la cooperación con tales autoridades y entre ellas, como las dispuestas en el artículo 9 del Reglamento (UE) ***2022/2065*** o las dispuestas en el Reglamento (UE) 2016/679, dichas normas deben aplicarse *mutatis mutandis* a las disposiciones pertinentes del presente Reglamento.

(97) ***Para contribuir a la aplicación, supervisión y ejecución efectivas de las disposiciones del presente Reglamento, y sin perjuicio de lo dispuesto en los Reglamentos (UE) 2016/679, (UE) 2018/1725 y (UE) 2022/2065, es necesario determinar qué autoridad competente debe ser la responsable cuando los servicios de publicidad política se presten en más de un Estado miembro, o cuando el prestador de servicios de publicidad política lleve a cabo sus actividades principales fuera del Estado miembro en el que esté situado su establecimiento principal o su representante legal designado. Cuando un prestador de servicios preste servicios de publicidad política en más de un Estado miembro, las responsables de la aplicación, supervisión y ejecución efectivas de las disposiciones del presente Reglamento normalmente deben ser la autoridad o autoridades competentes del Estado miembro en el que esté situado el establecimiento principal del prestador de servicios de publicidad política. A la hora de determinar dónde tiene su establecimiento principal un prestador de servicios de publicidad política, las autoridades competentes deben considerar dónde tiene dicho prestador su sede central o domicilio social en que se ejerzan las principales funciones financieras y el control operativo.***

(98) ***En el ejercicio de sus competencias de supervisión y ejecución, las autoridades competentes de todos los Estados miembros deben cooperar y asistirse mutuamente cuando sea necesario. Si una presunta infracción del presente Reglamento solo afecta a la autoridad o autoridades competentes de un Estado miembro en el que el prestador de servicios de publicidad política no tenga su establecimiento principal, la autoridad o autoridades competentes de que se trate deben notificarlo a la autoridad competente del establecimiento principal, que debe evaluar el asunto en consecuencia y, en su caso, adoptar las medidas de investigación y ejecución necesarias.***

(99) ***Para facilitar en mayor medida la aplicación y el cumplimiento efectivos del presente Reglamento en el caso de la prestación de servicios transfronterizos, la autoridad competente del establecimiento principal ha de poder iniciar y dirigir una investigación conjunta con la participación de la autoridad o autoridades competentes interesadas en aquellos casos en los que la investigación de una presunta infracción del presente Reglamento se refiera a la prestación de servicios de publicidad política en uno o más Estados miembros en los que el prestador no tenga su establecimiento principal.***

(100) Las autoridades encargadas de la supervisión del presente Reglamento deben cooperar entre sí, tanto a escala de la Unión como nacional, haciendo el mejor uso posible de las estructuras existentes, incluidas las redes nacionales de cooperación, la Red Europea de Cooperación Electoral a que se refiere la Recomendación de la Comisión, de 12 de septiembre de 2018, relativa a las redes de cooperación electoral, la transparencia en línea, la protección contra los incidentes de ciberseguridad y la lucha contra las campañas de desinformación en el contexto de las elecciones al Parlamento Europeo***, la Junta Europea de Servicios Digitales establecida en virtud del Reglamento (UE) 2022/2065*** y el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual creado en virtud de la Directiva 2010/13/UE***, según proceda***. Dicha cooperación debe facilitar el intercambio rápido y seguro de información sobre cuestiones relacionadas con el ejercicio de sus funciones de control y ejecución con arreglo al presente Reglamento, en particular mediante la detección conjunta de infracciones, la puesta en común de conclusiones y conocimientos especializados y el mantenimiento de contactos de cara a la aplicación y ejecución de las normas pertinentes.

(101) ***Con el fin de garantizar una cooperación eficaz y estructurada entre todas las autoridades competentes por lo que respecta a todos los elementos del presente Reglamento, los puntos de contacto nacionales designados por los Estados miembros deben reunirse periódicamente a escala de la Unión en la red de puntos de contacto nacionales. Con el fin de reforzar la cooperación y el intercambio de información y prácticas a escala de la Unión, dicha red debe trabajar en estrecha cooperación con la Red Europea de Cooperación Electoral, el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual y otras redes u organismos pertinentes.***

(102) Con vistas a facilitar la aplicación efectiva de las obligaciones establecidas en el presente Reglamento, es necesario facultar a las autoridades nacionales para solicitar a los prestadores de servicios ***de publicidad política*** la información pertinente sobre la transparencia de la publicidad política. La información que debe transmitirse a las autoridades competentes puede referirse a una campaña publicitaria o a anuncios específicos, o estar agregada por años. A fin de garantizar que las solicitudes de información puedan atenderse de manera eficaz y eficiente y, al mismo tiempo, que los prestadores de servicios de publicidad política no estén sujetos a cargas desproporcionadas, es necesario fijar determinadas condiciones para dichas solicitudes. En aras de garantizar, en particular, la supervisión en tiempo oportuno de un proceso electoral, los prestadores de servicios de publicidad política deben responder rápidamente a las solicitudes de las autoridades competentes ▌ en un plazo ***determinado***. ***Durante el mes inmediatamente anterior a unas elecciones o un referéndum, debe considerarse que el incumplimiento de estas obligaciones afecta de forma negativa y grave a los derechos de las personas, por lo que los prestadores de servicios de publicidad política deben proporcionar la información solicitada en un plazo determinado más corto. Los prestadores de servicios de publicidad política que se consideren microempresas o pequeñas empresas de conformidad con el artículo 3, apartados 1 y 2, de la Directiva 2013/34/UE deben proporcionar la información solicitada sin demora indebida y, cuando sea posible, antes de la fecha de las elecciones o el referéndum.*** En aras de la seguridad jurídica y en cumplimiento de los derechos de defensa, las solicitudes de información de una autoridad competente deben incluir una motivación adecuada e información sobre las vías de recurso disponibles.

Dicha motivación podría no exigirse cuando la revelación de los motivos de la solicitud de información ponga claramente en peligro la prevención, detección, investigación y enjuiciamiento de infracciones penales o de infracciones administrativas graves. La gravedad de una infracción administrativa que justifique tal excepción debe determinarse no solo teniendo en cuenta el importe de la multa o sanción que pueda imponerse en virtud del presente Reglamento, sino también los efectos negativos que podría tener en unas elecciones o un referéndum o en un proceso legislativo o reglamentario. Los prestadores de servicios de publicidad política deben designar puntos de contacto para la interacción con las autoridades competentes. Estos puntos de contacto pueden ser electrónicos. ***De reiterada jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea se desprende que la protección de las personas, tanto físicas como jurídicas, frente a las intervenciones arbitrarias o desproporcionadas de las autoridades públicas en la esfera de actividad privada de dichas personas constituye un principio general del Derecho de la Unión. Esta protección puede ser invocada por una persona como derecho garantizado por el Derecho de la Unión, en el sentido del artículo 47, párrafo primero, de la Carta, para impugnar ante un órgano jurisdiccional un acto que le sea lesivo, como una orden para proporcionar información o una sanción impuesta por incumplimiento de dicha orden.***

(103) Los Estados miembros deben designar ***una autoridad competente como*** punto de contacto ***nacional*** a escala de la Unión a efectos del presente Reglamento. En la medida de lo posible, el punto de contacto debe formar parte de la Red Europea de Cooperación Electoral. El punto de contacto ***nacional*** debe facilitar la cooperación entre las autoridades competentes de distintos Estados miembros en sus labores de supervisión y ejecución, en particular ejerciendo de intermediario con los puntos de contacto ***nacionales*** de otros Estados miembros y con ***otras*** autoridades competentes de su propio Estado miembro.

(104) Las autoridades de los Estados miembros deben velar por que el incumplimiento ***por parte de patrocinadores o prestadores de servicios de publicidad política*** de las obligaciones establecidas en el presente Reglamento se sancione con multas o sanciones pecuniarias ***o, en su caso, con otras medidas, incluidas las multas coercitivas***. Al hacerlo, deben tener en cuenta la naturaleza, gravedad, reincidencia y duración de la infracción, atendiendo al interés público en juego, el alcance y el tipo de actividades realizadas, así como***, cuando proceda, a las dimensiones y*** la capacidad económica del infractor. Además, ***las autoridades del Estado miembro*** deben tener en cuenta si el ***patrocinador o*** prestador de servicios ***de publicidad política*** de que se trate incumple sistemática o repetidamente ***esas*** obligaciones ▌, incluso retrasando el suministro de información a las entidades interesadas, así como, en su caso, si el prestador de servicios de publicidad política opera en varios Estados miembros. Las sanciones ***deben ser*** efectivas, proporcionadas y disuasorias en cada caso concreto, teniendo debidamente en cuenta la existencia de garantías procesales suficientes y accesibles y, en particular, ***la necesidad de velar*** por que el debate político siga siendo abierto y accesible. ***Determinadas obligaciones resultan fundamentales para la consecución efectiva de los objetivos del presente Reglamento, por lo que el incumplimiento de dichas obligaciones debe considerarse especialmente grave.***

(105) Las personas o entidades deben tener la posibilidad de presentar reclamaciones ante las autoridades competentes para notificarles circunstancias que puedan constituir una infracción del presente Reglamento. Cabe recordar que otros procedimientos administrativos previstos en el Derecho de la Unión también podrían ser aplicables en este contexto. Por ejemplo, los interesados tienen derecho a presentar reclamaciones ante las autoridades de control designadas en virtud del Reglamento (UE) 2016/679 por infracciones relativas al tratamiento de sus datos personales. Además, las personas o entidades tienen también la posibilidad de presentar reclamaciones ante los coordinadores de servicios digitales designados en virtud del Reglamento (UE) 2022/2065 contra los prestadores de servicios intermediarios por presuntas infracciones de dicho Reglamento. Sin perjuicio de dichos procedimientos o de cualquier otro procedimiento administrativo o recurso judicial disponible, las autoridades competentes deben tramitar dichas reclamaciones, también informando al reclamante del curso dado a su reclamación. Cuando se notifique a una autoridad competente una reclamación que sea competencia de una autoridad competente de otro Estado miembro, debe transmitir la reclamación a esta última sin demora indebida.

(106) El ejercicio por las autoridades competentes de sus competencias en virtud del presente Reglamento debe estar sujeto a garantías procesales adecuadas de conformidad con el Derecho nacional y de la Unión, entre ellas la tutela judicial efectiva y el respeto de las garantías procesales.

(107) ***Para contribuir al cumplimiento del presente Reglamento, debe facilitarse, en tiempo oportuno y de manera fácilmente accesible, a los prestadores de servicios y otras entidades interesadas información sobre las fechas de las elecciones y los referendos. Por consiguiente,*** los Estados miembros deben publicar ***las fechas de sus elecciones y referendos y, en su caso, las fechas*** de sus períodos electorales. ***Esa información debe ser fácilmente accesible y ha de suministrarse en tiempo oportuno. Los Estados miembros también deben proporcionar esa información a través de un portal puesto a disposición por la Comisión, inmediatamente después del anuncio de esas fechas.***

(108) Para contribuir a la aplicación efectiva del presente Reglamento por parte de las autoridades nacionales competentes, se insta a la Comisión a que elabore, en caso necesario, directrices sobre la identificación de la publicidad política y la aplicación de sanciones.

(109) A fin de cumplir los objetivos del presente Reglamento, deben delegarse en la Comisión los poderes para adoptar actos con arreglo al artículo 290 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, por lo que respecta ***a la información que ha de incluirse en el aviso de transparencia y a la información relativa al uso de técnicas de*** segmentación ***y técnicas de entrega de anuncios***. Reviste especial importancia que la Comisión lleve a cabo las consultas oportunas durante la fase preparatoria, en particular con expertos, y que esas consultas se realicen de conformidad con los principios establecidos en el Acuerdo interinstitucional de 13 de abril de 2016 sobre la mejora de la legislación[12]. En particular, a fin de garantizar una participación equitativa en la preparación de los actos delegados, el Parlamento Europeo y el Consejo reciben toda la documentación al mismo tiempo que los expertos de los Estados miembros, y sus expertos tienen acceso sistemáticamente a las reuniones de los grupos de expertos de la Comisión que se ocupen de la preparación de actos delegados.

[12] ***DO L 123 de 12.5.2016, p. 1.***

(110) A fin de garantizar condiciones uniformes de ejecución del presente Reglamento, deben conferirse a la Comisión competencias de ejecución, tal como se especifica en este. Dichas competencias deben ejercerse de conformidad con el Reglamento (UE) n.º 182/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo[13].

(111) En el plazo de dos años tras cada elección al Parlamento Europeo, la Comisión debe presentar un informe público sobre la evaluación y examen del presente Reglamento. Al elaborar dicho informe, la Comisión también debe tener en cuenta la aplicación del presente Reglamento en el contexto de otras elecciones y referendos que se celebren en la Unión. ▌

▌

[13] ***Reglamento (UE) n.º 182/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de febrero de 2011, por el que se establecen las normas y los principios generales relativos a las modalidades de control por parte de los Estados miembros del ejercicio de las competencias de ejecución por la Comisión (DO L 55 de 28.2.2011, p. 13).***

(112) Dado que los objetivos del presente Reglamento, a saber, contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior de la publicidad política y los servicios conexos y establecer normas sobre el uso de las técnicas de segmentación y las técnicas de entrega de anuncios en el contexto de la publicación y difusión de publicidad política, no pueden ser alcanzados de manera suficiente por los Estados miembros, sino que pueden lograrse mejor a escala de la Unión, esta puede adoptar medidas, de acuerdo con el principio de subsidiariedad establecido en el artículo 5 del Tratado de la Unión Europea. De conformidad con el principio de proporcionalidad establecido en el mismo artículo, el presente Reglamento no excede de lo necesario para alcanzar dichos objetivos.

(113) El presente Reglamento se entiende sin perjuicio de las normas establecidas por las Directivas 2000/31/CE[14], 2002/58/CE[15], 2005/29/CE[16], 2006/114/CE[17], 2006/123/CE[18], ***2010/13/UE*** y 2011/83/UE[19] y el Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo[20], ***así como*** por el Reglamento (UE) 2022/2065, incluidas las normas sobre responsabilidad de los prestadores de servicios intermediarios previstas en los artículos 4, 5, 6 y 8 de dicho Reglamento. ***El presente Reglamento debe complementar el acervo de la Unión en materia de protección de datos, en particular los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) 2018/1725 y la Directiva 2002/58/CE.***

---

14 ***Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico) (DO L 178 de 17.7.2000, p. 1).***

15 ***Directiva 2002/58/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de julio de 2002, relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas (Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas) (DO L 201 de 31.7.2002, p. 37).***

16 ***Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (Directiva sobre las prácticas comerciales desleales) (DO L 149 de 11.6.2005, p. 22).***

17 ***Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa (DO L 376 de 27.12.2006, p. 21).***

18 ***Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior (DO L 376 de 27.12.2006, p. 36).***

19 ***Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L 304 de 22.11.2011, p. 64).***

20 ***Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre el fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea (DO L 186 de 11.7.2019, p. 57).***

(114) El Supervisor Europeo de Protección de Datos, al que se consultó de conformidad con el artículo 42, apartado 1, del Reglamento (UE) 2018/1725, emitió su dictamen el ***20*** de ***enero*** de 2022[21].

HAN ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

[21] ***DO C 145 de 1.4.2022, p. 12.***

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1

Objeto y ***objetivos***

1. El presente Reglamento establece:

a) ***normas*** armonizadas, ***incluidas las obligaciones*** de transparencia ***y de diligencia debida conexas***, ***para la prestación de servicios*** de publicidad política y servicios conexos ***y, en su caso, para los patrocinadores, sobre la recogida, conservación, revelación y publicación de*** información relacionada con la prestación de dichos servicios ***en el mercado interior***;

b) normas armonizadas sobre el uso de técnicas de segmentación ***y técnicas de entrega de anuncios que impliquen el tratamiento*** de datos personales ***en el contexto de la prestación de servicios de publicidad política en línea***;

c) normas sobre la supervisión y ejecución del presente Reglamento, también por lo que respecta a la cooperación y coordinación entre las autoridades competentes.

2. Las opiniones políticas y otros contenidos editoriales, con independencia del soporte en el que se hayan expresado, que estén sujetos a responsabilidad editorial no se considerarán publicidad política a menos que se proporcione un pago específico u otra remuneración por, o en conexión con, su preparación, inserción, promoción, publicación, entrega o difusión por terceros.

3. Las opiniones políticas expresadas a título personal no se considerarán publicidad política.

4. Los objetivos del presente Reglamento son:

a) contribuir al buen funcionamiento del mercado interior de los servicios de publicidad política y los servicios conexos;

b) ***proteger los derechos y libertades fundamentales establecidos en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, en particular el derecho a la privacidad y la protección de los*** datos personales.

Artículo 2

Ámbito de aplicación

1. El presente Reglamento se aplicará a la publicidad política cuando el anuncio político se difunda en la Unión, pase a ser de dominio público en uno o varios Estados miembros o se dirija a ciudadanos de la Unión, con independencia del lugar de establecimiento del prestador de servicios de publicidad política o del lugar de residencia o de establecimiento del patrocinador, así como de los medios utilizados.

2. El presente Reglamento no afectará al contenido de los anuncios políticos ni a las normas nacionales o de la Unión que regulen aspectos relacionados con la publicidad política distintos de los regulados por el presente Reglamento, incluidas las normas sobre la organización, la financiación y la realización de campañas políticas, las normas sobre prohibiciones o limitaciones generales de la publicidad política durante períodos específicos y, en su caso, las normas sobre períodos electorales.

3. El presente Reglamento se entiende sin perjuicio de las disposiciones establecidas en los siguientes actos:

a) la Directiva 2000/31/CE;

b) la Directiva 2002/58/CE;

c) la Directiva 2005/29/CE;

d) la Directiva 2006/114/CE;

e) la Directiva 2006/123/CE;

f) la Directiva 2010/13/UE;

g) la Directiva 2011/83/UE;

h) el Reglamento (UE) 2019/1150;

i) el Reglamento (UE) 2022/2065.

Artículo 3

Definiciones

A los efectos del presente Reglamento, se entenderá por:

(1) «servicio»: cualquier actividad económica por cuenta propia, prestada normalmente a cambio de una remuneración, tal como se recoge en el artículo 57 del TFUE;

(2) «publicidad política»: la preparación, inserción, promoción, publicación***, entrega*** o difusión, por cualquier medio, de un mensaje***, normalmente prestada a cambio de una remuneración o mediante actividades internas o como parte de una campaña de publicidad política***,

a) por un actor político, en su nombre o por su cuenta, a menos que sea de carácter estrictamente privado o estrictamente comercial; o

b) que pueda influir en el resultado de unas elecciones o un referéndum***, en el comportamiento electoral o en un proceso legislativo o reglamentario, a nivel de la Unión, nacional, regional o local, y esté diseñada para ello,***

excluidos:

i) los mensajes procedentes de fuentes oficiales de los Estados miembros o de la Unión que se limiten exclusivamente a la organización y las modalidades de participación en elecciones o referendos —incluido el anuncio de las candidaturas o de la pregunta sometida a referéndum— o destinados a promover la participación en elecciones o referendos;

ii) la comunicación pública destinada a proporcionar información oficial al público realizada por cualquier autoridad pública de un Estado miembro, por su cuenta o en su nombre,—o realizada por la Unión, por su cuenta o en su nombre, e incluida la realizada por los miembros del Gobierno de un Estado miembro, por su cuenta o en su nombre, siempre que no pueda influir en el resultado de unas elecciones o un referéndum, en el comportamiento electoral o en un proceso legislativo o reglamentario y no esté diseñada para ello; y

iii) la presentación de candidatos en espacios públicos específicos o en los medios de comunicación que esté expresamente prevista por ley y se asigne gratuitamente, garantizando al mismo tiempo la igualdad de trato de los candidatos;

(3) «anuncio político»: un ejemplo concreto de publicidad política ***publicado, entregado o difundido por cualquier medio***;

(4) «actor político»: cualquiera de los siguientes:

a) un partido político tal como se define en el artículo 2, punto 1, del Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014 o una entidad directa o indirectamente relacionada con el ámbito de actividad de dicho partido político;

b) una coalición de partidos políticos tal como se define en el artículo 2, punto 2, del Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014;

c) un partido político europeo tal como se define en el artículo 2, punto 3, del Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014;

d) un candidato a cualquier cargo electo ***a nivel de la Unión***, nacional, regional y local o a ***cualquier cargo directivo*** de un partido político***, o un titular de tales cargos***;

e) ***un miembro de las instituciones de la Unión —a excepción del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, el Banco Central Europeo y el Tribunal de Cuentas— o de un Gobierno*** de ámbito nacional, regional o local ***de un Estado miembro***;

f) una organización de una campaña política, con o sin personalidad jurídica, establecida ***con el fin exclusivo de influir en el*** resultado ***de*** unas elecciones o ***un referéndum***;

g) toda persona física o jurídica que represente a cualquiera de las personas u organizaciones ***a que se refieren*** las letras a) a f) o actúe en nombre de ellas ***y*** promueva los objetivos políticos de dichas personas u organizaciones;

(5) «servicio de publicidad política»: un servicio consistente en publicidad política, a excepción de un «servicio intermediario» tal como se define en el ***artículo 3, letra g)***, del Reglamento (UE) ***2022/2065, prestado a título gratuito, para*** la ***preparación,*** inserción, ***promoción,*** publicación***, entrega*** o difusión del mensaje específico;

(6) «prestador de servicios de publicidad política»: una persona física o jurídica dedicada a la prestación de servicios de publicidad política, a excepción de los servicios puramente auxiliares;

(7) «campaña de publicidad política»: la preparación, inserción, promoción, publicación***, entrega*** o difusión de una serie de anuncios ***políticos*** conexos en el transcurso de un contrato de publicidad política, sobre la base de una preparación, patrocinio o financiación comunes;

(8) ***«plataforma en línea de muy gran tamaño»: una plataforma en línea designada como plataforma en línea de muy gran tamaño con arreglo al artículo 33, apartado 4, del Reglamento (UE) 2022/2065;***

(9) ***«motor de búsqueda en línea de muy gran tamaño»: un motor de búsqueda en línea designado como motor de búsqueda en línea de muy gran tamaño con arreglo al artículo 33, apartado 4, del Reglamento (UE) 2022/2065;***

(10) «patrocinador»: la persona física o jurídica ***a petición de la cual o*** en cuyo nombre se prepara, inserta, ***promueve,*** publica***, entrega*** o difunde un anuncio político;

(11) «técnicas de segmentación ▌»: técnicas que se utilizan para orientar un anuncio político ▌ únicamente a una persona o un grupo de personas específicos, o para ***excluir a una persona o un grupo de personas específicos, sobre la base del tratamiento de datos personales***;

(12) «técnicas de entrega de anuncios»: las técnicas de optimización que se utilizan para aumentar la circulación, el alcance o la visibilidad de un anuncio político sobre la base del tratamiento automatizado de los datos personales y que pueden servir para entregar el anuncio político únicamente a una persona o un grupo de personas específicos;

▌

(13) «editor de publicidad política»: ***un prestador de servicios de publicidad política que publica, entrega o difunde publicidad política a través de cualquier medio***;

(14) «responsable del tratamiento»: un «responsable del tratamiento» tal como se define en el artículo 4, punto 7, del Reglamento (UE) 2016/679 o, en su caso, tal como se define en el ***artículo 3, punto 8***, del Reglamento (UE) 2018/1725. ▌

Artículo 4

Principio de mercado interior

1. Los Estados miembros no mantendrán ni introducirán, por motivos de transparencia ***de la publicidad política***, disposiciones o medidas que difieran de las establecidas en el presente Reglamento.

2. No se prohibirá ni restringirá***, tampoco desde el punto de vista geográfico,*** la prestación de servicios de publicidad política por motivos relacionados con la transparencia cuando se cumplan los requisitos del presente Reglamento.

Artículo 5

Prestación de servicios de publicidad política en la Unión

1. Los prestadores de servicios de publicidad política no establecerán restricciones discriminatorias a la prestación de sus servicios basadas exclusivamente en el lugar de residencia o establecimiento del patrocinador.

Los prestadores de servicios de publicidad política no restringirán la prestación de sus servicios a un «partido político europeo» —tal como se define en el artículo 2, punto 3, del Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014— o a un grupo político del Parlamento Europeo basándose exclusivamente en su lugar de establecimiento.

2. Sin perjuicio de disposiciones nacionales más estrictas, en los tres meses inmediatamente anteriores a unas elecciones o un referéndum organizados a nivel de la Unión o a nivel nacional, regional o local en un Estado miembro, solo se prestarán servicios de publicidad política relacionados con las elecciones o el referéndum correspondientes a patrocinadores, o prestadores de servicios que actúen en nombre de un patrocinador, que declaren ser:

a) un ciudadano de la Unión; o

b) un nacional de un tercer país que reside permanentemente en la Unión y tiene derecho a votar en tales elecciones o referéndum e conformidad con el Derecho nacional del Estado miembro de residencia; o

c) una persona jurídica establecida en la Unión cuya propiedad o control no recae en última instancia en un nacional de un tercer país —a excepción de los nacionales de terceros países a que se refiere la letra b)— o en una persona jurídica establecida en un tercer país.

CAPÍTULO II

OBLIGACIONES DE TRANSPARENCIA ***Y DILIGENCIA DEBIDA*** APLICABLES A LOS SERVICIOS DE PUBLICIDAD POLÍTICA

Artículo 6

Obligaciones de transparencia ***y diligencia debida aplicables a los servicios de publicidad política***

1. Los servicios de publicidad política se prestarán de manera transparente de conformidad con las obligaciones establecidas en ***el presente artículo, en los artículos 7 a 17 y en el artículo 21***.

2. Los prestadores de servicios de publicidad política se asegurarán de que los acuerdos contractuales celebrados para la prestación de un servicio de publicidad política permitan el cumplimiento de las disposiciones pertinentes del presente Reglamento, incluidas las relativas a la atribución de responsabilidad y al carácter completo y exacto de la información.

Artículo 7

Identificación de los servicios de publicidad política

1. Los prestadores de servicios publicitarios pedirán a los patrocinadores y a los prestadores de servicios publicitarios que actúen en nombre de un patrocinador que declaren si el servicio publicitario que solicitan al prestador de servicios constituye un servicio de publicidad política en el sentido del artículo 3, punto 5, ***y si cumplen alguno de los requisitos establecidos en el artículo 5, apartado 2***. Los patrocinadores y los prestadores de servicios publicitarios que actúen en nombre de un patrocinador efectuarán dicha declaración ***de manera veraz y serán responsables de su exactitud***.

2. Los prestadores de servicios de publicidad política se asegurarán de que los acuerdos contractuales celebrados para la prestación de un servicio de publicidad política ***exijan al patrocinador o a los prestadores de servicios publicitarios que actúan en nombre de un patrocinador que efectúen la declaración prevista en el apartado 1 del presente artículo y proporcionen la información pertinente necesaria a fin de cumplir lo dispuesto en el artículo 9, apartado 1, el artículo 11, apartado 1, y el artículo 12, apartado 1***. ***Dicha información se transmitirá de manera completa, con exactitud y sin demora indebida.***

3. ***Los patrocinadores proporcionarán la información necesaria para que los prestadores de servicios de publicidad política cumplan lo dispuesto en el artículo 9, apartado 1, letras a), d), e) y f), el artículo 11, apartado 1, letras a) a d), y el artículo 12, apartado 1, letras a), b), c), e), h) y k), antes o durante el período de publicación, entrega o difusión del anuncio político y garantizarán la exactitud de dicha información.***

Cuando un patrocinador, o un prestador de servicios de publicidad que actúe en nombre de un patrocinador, tenga conocimiento de que la información que ha transmitido ha cambiado, velará por que la información actualizada se transmita al prestador de servicios de publicidad pertinente en tiempo oportuno, de manera completa y con exactitud.

En caso de que un patrocinador, o un prestador de servicios de publicidad que actúe en nombre de un patrocinador, tenga conocimiento de que cualquier información transmitida al editor de publicidad política o publicada por este es incompleta o inexacta, se pondrá en contacto sin demora indebida con el editor de publicidad política de que se trate y le transmitirá la información completa o corregida.

4. Los prestadores de servicios de publicidad política solicitarán a los patrocinadores, o prestadores de servicios de publicidad que actúen en nombre de un patrocinador, que hayan presentado, de conformidad con el presente artículo, una declaración o información manifiestamente errónea que corrijan dicha declaración o información. Los patrocinadores o los prestadores de servicios publicitarios que actúen en nombre de un patrocinador efectuarán dicha corrección —que será completa y exacta— sin demora indebida.

5. Los prestadores de servicios de publicidad política que utilicen una interfaz en línea se asegurarán de que dicha interfaz esté diseñada y organizada de forma que se facilite el cumplimiento por parte de los patrocinadores y los prestadores de servicios de publicidad que actúen en nombre de un patrocinador de sus obligaciones mencionadas en el apartado 1 del presente artículo y en el artículo 9, apartado 1.

Artículo 8

Identificación de un anuncio político

1. Para determinar si un mensaje constituye publicidad política en el sentido del artículo 3, punto 2, letra b), se tendrán en cuenta todas sus características, incluidos:

a) el contenido del mensaje;

b) el patrocinador del mensaje;

c) la lengua utilizada para transmitir el mensaje;

d) el contexto en el que se transmite el mensaje, incluido el período de difusión;

e) los medios por los que se prepara, inserta, promueve, publica, entrega o difunde el mensaje;

f) el público objetivo;

g) el objetivo del mensaje.

2. La Comisión elaborará unas orientaciones comunes destinadas a contribuir a la correcta aplicación del presente artículo.

Artículo 9

Conservación de registros ▌

1. Los prestadores de servicios de publicidad política conservarán, ***en la medida necesaria para cumplir el presente Reglamento***, la información que recaben durante la prestación de sus servicios sobre los siguientes aspectos:

a) el anuncio político o la campaña de publicidad política con los que están relacionados los servicios;

b) el servicio o servicios específicos ***que han prestado*** en relación con la publicidad política;

c) los importes facturados por los servicios prestados y el valor de otras prestaciones recibidas en contraprestación parcial o total por los servicios prestados; ▌

d) ***información sobre el origen público o privado de los importes y otras prestaciones a que se refiere la letra c), así como sobre si tienen origen dentro o fuera de la Unión;***

e) ***la identidad y los datos de contacto del patrocinador del anuncio político y,*** en su caso, ***de la entidad que controla en última instancia al*** patrocinador y***, en el caso de las personas jurídicas, el lugar de establecimiento de estas; y***

f) ***en su caso, información sobre las elecciones, el referéndum o el proceso legislativo o reglamentario a que está vinculado el anuncio político.***

2. ***Los prestadores de servicios de publicidad política harán esfuerzos razonables por garantizar que la información conservada con arreglo al apartado 1 sea completa y exacta.***

3. La información a que se refiere el apartado 1 se presentará por escrito ***o*** en formato electrónico. Dicha información se conservará ***en un formato legible por máquina*** por un período de ***siete*** años a partir de la fecha de la última preparación, inserción, ***promoción,*** publicación***, entrega*** o difusión, según el caso.

4. El presente artículo no se aplicará a las microempresas que cumplan los requisitos del artículo 3, apartado 1, de la Directiva 2013/34/UE si la prestación de servicios de publicidad es meramente marginal y auxiliar respecto de sus actividades principales.

Artículo 10

Transmisión de información al editor de publicidad política

1. Los prestadores de servicios de publicidad política se asegurarán de que la información a que se refiere el artículo 9, apartado 1, se transmita en tiempo oportuno y de manera completa y exacta a los editores de publicidad política para que estos puedan cumplir las obligaciones que les incumben en virtud del presente Reglamento.

Cada prestador de servicios de publicidad política transmitirá la información a que se refiere el párrafo primero durante la prestación del servicio en cuestión, de conformidad con las mejores prácticas y las normas del sector y, cuando sea técnicamente posible, mediante un proceso automatizado normalizado.

Cuando el editor de publicidad política sea el único prestador de servicios de publicidad política, el patrocinador le transmitirá la información pertinente.

2. ***Cuando un prestador de servicios de publicidad política tenga conocimiento de que la información que ha transmitido ha experimentado cambios, se asegurará de que la información actualizada se transmita al editor de publicidad política pertinente.***

Artículo 11

Requisitos de ***etiquetado y*** transparencia para cada anuncio político

1. ***Los editores de publicidad política se asegurarán de que*** cada anuncio político ***esté*** disponible ***junto*** con la siguiente información de forma clara, destacada e inequívoca:

a) una declaración de que se trata de un anuncio político;

b) la identidad del patrocinador del anuncio político y***, en su caso,*** de la entidad que controla en última instancia al patrocinador;

c) en su caso, las elecciones, el referéndum o el proceso legislativo o reglamentario a que está vinculado el anuncio político;

d) en su caso, una declaración de que se han aplicado al anuncio político técnicas de segmentación o técnicas de entrega de anuncios;

e) un aviso de transparencia que ***contenga la información a que se refiere el artículo 12, apartado 1***, o una indicación clara del lugar en que puede consultarse fácilmente ***y de forma directa***.

2. Los editores de publicidad política se asegurarán del carácter completo de la información a que se refiere el apartado 1. Los editores de publicidad política se asegurarán de la exactitud de la información relativa al lugar en que puede consultarse el aviso de transparencia a que se refiere el apartado 1, letra e).

3. La información a que se refiere el apartado 1 estará disponible en forma de etiquetas adaptadas al medio utilizado.

Estas etiquetas aparecerán en un lugar destacado, permitirán a las personas identificar fácilmente un anuncio político como tal y se mantendrán en caso de que el anuncio político se difunda ulteriormente.

4. ***A más tardar el ... [15 meses a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento], la Comisión adoptará actos de ejecución que establezcan el formato y el modelo de las etiquetas a que se refiere el apartado 3. Dichos actos delegados garantizarán que las etiquetas se adapten al medio empleado, incluidos los medios audiovisuales e impresos, así como la publicidad en línea y fuera de línea, teniendo en cuenta las características particulares del medio, así como los avances tecnológicos y comerciales más recientes, las investigaciones científicas pertinentes y las mejores prácticas.***

Dichos actos de ejecución se adoptarán de conformidad con el procedimiento de examen a que se refiere el artículo 29, apartado 2.

▌

5. Los Estados miembros, incluidas las autoridades competentes, y la Comisión fomentarán la elaboración de códigos de conducta ***voluntarios*** destinados a contribuir a la correcta aplicación del presente artículo, teniendo en cuenta las características específicas de los prestadores de servicios pertinentes y las necesidades concretas de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas ***que cumplan los requisitos establecidos en el*** artículo 3***, apartados 1, 2, y 3,*** de la Directiva 2013/34/UE. ▌

Artículo 12

Avisos de transparencia

1. Los editores de publicidad política se asegurarán de que el aviso de transparencia a que se refiere el artículo 11, apartado 1, letra e), incluya la información siguiente:

a) la identidad del patrocinador y, en su caso, de la entidad que controla en última instancia al patrocinador, incluidos su nombre, su dirección de correo electrónico, su dirección postal en caso de que esta sea pública y, cuando el patrocinador no sea una persona física, la dirección de su lugar de establecimiento;

b) los datos requeridos en la letra a) relativos a la persona física o jurídica que paga una remuneración en contraprestación por el anuncio político en caso de que dicha persona sea diferente del patrocinador o de la entidad que controla en última instancia al patrocinador;

c) el período durante el cual está previsto publicar, entregar o difundir el anuncio político;

d) los importes totales —y el valor total de las demás prestaciones— recibidos por los prestadores de servicios de publicidad política, incluidos los recibidos por el editor en contraprestación parcial o total por los servicios de publicidad política y, en su caso, por la campaña de publicidad política;

e) información sobre el origen público o privado de los importes y otras prestaciones a que se refiere la letra d), así como sobre si proceden de dentro o fuera de la Unión;

f) la metodología utilizada para el cálculo de los importes y el valor mencionados en la letra d);

g) en su caso, una indicación de las elecciones, el referéndum o el proceso legislativo o reglamentario a que está vinculado el anuncio político;

h) cuando el anuncio político esté vinculado a elecciones o referendos concretos, enlaces a información oficial sobre las modalidades de participación en las elecciones o el referéndum de que se trate;

i) en su caso, enlaces al repositorio europeo de anuncios políticos en línea a que se refiere el artículo 13;

j) información sobre los mecanismos a que se refiere el artículo 15, apartado 1;

k) en su caso, indicación de si una publicación anterior del anuncio político o de una versión anterior de este se ha suspendido o interrumpido por infracción del presente Reglamento;

l) en su caso, una declaración de que se han aplicado al anuncio político técnicas de segmentación o técnicas de entrega de anuncios basadas en el uso de datos personales, que incluya la información especificada en el artículo 19, apartado 1, letras c) y e);

m) en su caso, y cuando sea técnicamente viable, el alcance del anuncio político en términos del número de visualizaciones y de interacciones con el anuncio político.

2. Los editores de publicidad política se asegurarán de que la información a que se refiere el apartado 1 sea completa.

Los editores de publicidad política se asegurarán de la exactitud de la información a la que se refiere el apartado 1, letras d), f), i), j) y m), antes y durante el período de publicación, entrega o difusión del anuncio político.

En caso de que el prestador de servicios de publicidad política tenga conocimiento de que cualquier información transmitida al editor de publicidad política o publicada por este es incompleta o inexacta, se pondrá en contacto sin demora indebida con el editor de publicidad política en cuestión y le enviará la información completa o corregida.

En caso de que el editor de publicidad política tenga conocimiento por cualquier medio de que la información a que se refieren el artículo 11, apartado 1, y el apartado 1 del presente artículo es incompleta o inexacta, hará todo lo posible —en particular, poniéndose en contacto con el patrocinador o con los prestadores de servicios de publicidad política— para completar o corregir la información sin demora indebida.

Cuando la información no pueda completarse o corregirse sin demora indebida, el editor de publicidad política no pondrá a disposición del público el anuncio político, o interrumpirá sin demora indebida su publicación, entrega o difusión.

El editor de publicidad política informará sin demora indebida a los patrocinadores o los prestadores de servicios de publicidad política de que se trate sobre cualquier decisión adoptada de conformidad con el párrafo quinto del presente apartado.

3. Durante el período de publicación del anuncio político, cada anuncio político incluirá un aviso de transparencia o permitirá fácilmente su consulta.

Los avisos de transparencia se mantendrán actualizados durante todo el período de publicación del anuncio político, se presentarán en un formato de fácil acceso y, al menos cuando el anuncio político esté disponible electrónicamente, estarán disponibles en formato legible por máquina. Estarán redactados en la lengua del anuncio político. Los editores de publicidad política que ofrezcan sus servicios en la Unión se asegurarán de que los avisos de transparencia cumplan los requisitos de accesibilidad aplicables; en particular, cuando sea técnicamente fiable, pondrán la información a disposición del público a través de más de un canal sensorial.

Los avisos de transparencia serán claramente visibles y fáciles de entender, también mediante el uso de un lenguaje sencillo.

4. Los editores de publicidad política conservarán sus avisos de transparencia, junto con cualquier modificación de estos, durante un período de siete años a partir de la última publicación del anuncio político de que se trate.

5. El apartado 4 del presente artículo no se aplicará a las microempresas que cumplen los requisitos del artículo 3, apartado 1, de la Directiva 2013/34/UE, a condición de que la prestación de servicios de publicidad sea meramente marginal y auxiliar respecto de sus actividades principales.

6. La Comisión está facultada para adoptar actos delegados con arreglo al artículo 28 para modificar el presente Reglamento añadiendo más letras en el apartado 1 del presente artículo y modificando la letra f) de dicho apartado 1 a la luz de los avances tecnológicos, las prácticas del mercado, la investigación científica pertinente, la evolución de la supervisión por parte de las autoridades competentes y las orientaciones correspondientes publicadas por los organismos competentes siempre que dicha modificación sea necesaria para comprender el contexto general del anuncio político y sus objetivos.

7. ***A más tardar el ... [15 meses a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento], la Comisión adoptará actos de ejecución para establecer el formato del aviso de transparencia y proporcionar las correspondientes especificaciones técnicas con el fin de que el aviso se adapte al medio utilizado, incluidos los medios audiovisual e impreso, así como la publicidad en línea y fuera de línea, teniendo en cuenta los avances tecnológicos y comerciales más recientes, las investigaciones científicas pertinentes y las mejores prácticas, así como las necesidades específicas de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas que cumplen los requisitos del artículo 3, apartados 1, 2, y 3, de la Directiva 2013/34/UE.***

Dichos actos de ejecución se adoptarán de conformidad con el procedimiento de examen a que se refiere el artículo 29, apartado 2.

Artículo 13

Repositorio europeo de anuncios políticos en línea

1. La Comisión creará un repositorio europeo de anuncios políticos en línea (en lo sucesivo, «repositorio europeo»), que constituirá un repositorio público de todos los anuncios políticos en línea publicados en la Unión o dirigidos a ciudadanos de la Unión o residentes en ella, y velará por la gestión de dicho repositorio, bien sea directamente o asignando esta responsabilidad a una autoridad de gestión. Este repositorio incluirá:

a) una funcionalidad que permita el acceso público a los anuncios políticos en línea, junto con la información a que se refiere el artículo 12, apartado 1, proporcionada por los editores de publicidad política respecto a cada anuncio político en línea desde el momento de su primera publicación; la información estará disponible en un formato legible por máquina, permitirá realizar consultas en función de múltiples criterios y será de acceso público a través de un portal único;

b) un servicio de alojamiento de datos que garantice la disponibilidad de la publicidad política en línea y de la información publicada junto con ella a que se refiere el artículo 12, apartado 1, durante todo el período en el que se presente el anuncio político y durante siete años después de la última vez que se haya presentado el anuncio político; dicho servicio de alojamiento de datos, y el acceso a la información alojada, respetarán cualquier obligación legal de eliminación de un anuncio político y de la información publicada junto con él y se entenderán sin perjuicio de cualquier obligación en este sentido; el servicio de alojamiento de datos será gratuito para los editores de publicidad política que envíen un anuncio político en línea al repositorio europeo.

2. Los editores de publicidad política que sean plataformas en línea de muy gran tamaño o motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño se asegurarán de que todos los anuncios políticos, junto con la información a que se refiere el artículo 12, apartado 1, del presente Reglamento, estén disponibles en el repositorio a que se refiere el artículo 39 del Reglamento (UE) 2022/2065. Además, estos editores de publicidad política permitirán el acceso a dicha información a través del repositorio europeo desde el momento de la publicación y durante la totalidad del período en que presenten el anuncio político, así como durante siete años después de la última vez que se haya presentado el anuncio político en sus interfaces en línea.

3. Cuando un editor de publicidad política elimine un determinado anuncio político o desactive el acceso a este sobre la base de una supuesta ilegalidad o incompatibilidad con sus condiciones generales, seguirá proporcionando acceso a la información exigida por el artículo 12, apartado 1, del presente Reglamento durante el período a que se refiere el artículo 9, apartado 3, del presente Reglamento. Esta obligación se entiende sin perjuicio de las obligaciones establecidas en el artículo 9, apartado 2, letra a), inciso i), el artículo 17, apartado 3, letras a) a e), y el artículo 39, apartado 3, del Reglamento (UE) 2022/2065.

4. Los editores de publicidad política distintos de aquellos a los que se refiere el apartado 2 del presente artículo que publiquen anuncios políticos a través de un servicio en línea harán que cada uno de esos anuncios, así como la información requerida de conformidad con el artículo 12, apartado 1, esté disponible en el repositorio europeo a más tardar 72 horas después de la primera publicación del anuncio político.

5. La Comisión, o, según corresponda, la autoridad de gestión a que se refiere el apartado 1, no tendrá responsabilidad alguna en relación con el carácter completo y exacto de la publicidad política y la información publicada junto con ella ni con su cumplimiento del Derecho de la Unión o nacional aplicable y de otras normas vinculantes aplicables.

6. A más tardar el … [24 meses a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento], la Comisión adoptará actos de ejecución de conformidad con el artículo 29 con el fin de establecer mecanismos detallados para proporcionar una estructura de datos común, metadatos normalizados para facilitar la inclusión de los anuncios políticos en el repositorio europeo y la indexación de la publicidad política por parte de los motores de búsqueda en línea, una autenticación normalizada y una interfaz de programación de aplicaciones común con vistas a que el conjunto de la información publicada en línea en virtud del presente Reglamento sea accesible a través de un único portal.

Al adoptar estos actos de ejecución, la Comisión tendrá en cuenta los avances tecnológicos, comerciales y científicos y buscará lograr los objetivos siguientes:

a) permitir el acceso público a la información a que se refieren los apartados 1, 2 y 3 a través del repositorio europeo;

b) permitir un acceso público sencillo a los avisos de transparencia en línea mediante el uso de una interfaz de programación de aplicaciones común que permita acceder a los avisos y consultar las bases de datos pertinentes;

c) respaldar el acceso de terceros y del público a los avisos de transparencia, en particular permitiendo el análisis de los avisos de transparencia en línea y su presentación a través de un portal único y unos servicios de búsqueda fáciles de usar.

Artículo 14

Presentación periódica de información sobre los servicios de publicidad política

1. Los editores de publicidad política incluirán información sobre los importes —o el valor de otras prestaciones— recibidos como contraprestación parcial o total por ***los*** servicios ***prestados***, también en relación con el uso de técnicas de segmentación y ***técnicas de entrega de anuncios***, agregados por campaña, ***adjunta a*** su informe de gestión en el sentido del artículo 19 de la Directiva 2013/34/UE.

Los editores de publicidad política pondrán la información a que se refiere el párrafo primero a disposición de las autoridades competentes responsables de auditar o supervisar a los actores políticos, cuando se hayan instituido tales autoridades en virtud del Derecho nacional.

2. El apartado 1 del presente artículo no se aplicará a las ***microempresas ni a las pequeñas y medianas empresas*** que cumplen los requisitos del artículo 3, ***apartados 1, 2, y 3***, de la Directiva 2013/34/UE.

Artículo 15

Notificación de posibles anuncios políticos no conformes

1. Los editores de publicidad ***política dispondrán de los*** mecanismos ***necesarios*** que permitan a ***las personas físicas o jurídicas*** notificarles ***si*** un anuncio político concreto que han publicado no cumple lo dispuesto en el presente Reglamento.

2. ***Los mecanismos*** a que se refiere el apartado 1 ***serán gratuitos, sencillos de usar*** y de fácil acceso, también desde el aviso de transparencia. ***Cuando sea técnicamente posible, dichos mecanismos permitirán que las notificaciones se lleven a cabo en formato electrónico.***

3. Esos mecanismos facilitarán el envío de notificaciones precisas y fundamentadas a los editores de publicidad política a fin de permitirles determinar que los anuncios políticos en cuestión incumplen el presente Reglamento. A tal efecto, los editores de publicidad política adoptarán las medidas necesarias para habilitar y facilitar el envío de notificaciones que contengan todos los elementos siguientes:

a) una explicación fundamentada de los motivos por los que la persona física o jurídica que envía la notificación alega que el anuncio político en cuestión incumple el presente Reglamento;

b) información que permita identificar el anuncio político;

c) el nombre y la dirección de correo electrónico de la persona física o jurídica que envía la notificación;

4. Los editores de publicidad política ***enviarán sin demora indebida un acuse de recibo de la notificación recibida de conformidad con el apartado 1 a la persona física o jurídica que la haya enviado***.

5. Sin demora indebida, los editores de publicidad política que sean plataformas en línea de muy gran tamaño o motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño:

a) examinarán y tramitarán las notificaciones recibidas de conformidad con el apartado 1 de manera diligente, no arbitraria y objetiva;

b) informarán a la persona física o jurídica que efectuó la notificación a que se refiere el apartado 1 ***sobre el curso que se le haya dado.***

6. Sin demora indebida, los editores de publicidad política que no sean plataformas en línea de muy gran tamaño ni motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño:

a) harán todo lo posible por examinar y tramitar las notificaciones recibidas de conformidad con el apartado 1 de manera diligente, no arbitraria y objetiva;

b) informarán, al menos cuando así se les solicite, a la persona física o jurídica que efectuó la notificación a que se refiere el apartado 1 del presente artículo sobre el curso que se le haya dado***; los editores de publicidad política que puedan considerarse microempresas con arreglo al artículo 3, apartado 1, de la Directiva 2013/34/UE harán todo lo posible por garantizar el cumplimiento de lo establecido en la presente letra.***

7. ***Durante el mes inmediatamente anterior a unas elecciones o un referéndum, los editores de publicidad política tramitarán cualquier*** notificación ***que reciban en relación con un anuncio político vinculado a dichas elecciones o dicho referéndum en un plazo de 48 horas siempre que la notificación pueda tramitarse de forma completa sobre la base de la información incluida en ella. Los editores de publicidad política que puedan considerarse microempresas o pequeñas y medianas empresas de conformidad con el artículo 3, apartados 1, 2 y 3, de la Directiva 2013/34/UE harán todo lo posible por tramitar sin demora indebida cualquier notificación que reciban en relación con un anuncio político vinculado a las elecciones o el referéndum de que se trate.***

8. ***Los editores de publicidad política proporcionarán información clara y fácil de usar sobre las vías de recurso respecto del anuncio político al que se refiera la notificación y, en su caso, sobre el uso de medios automatizados para la tramitación de las notificaciones.***

9. ***Los editores de publicidad política informarán sin demora indebida a los patrocinadores o los prestadores de servicios de publicidad política en cuestión sobre cualquier medida que tomen a raíz de notificaciones efectuadas de conformidad con el presente artículo que afecte a la disponibilidad o la presentación del anuncio político en cuestión.***

10. ***Los editores de publicidad política podrán responder de manera colectiva a*** notificaciones múltiples con arreglo al apartado 1 relativas al mismo anuncio o campaña publicitaria, también ***haciendo uso de herramientas automatizadas o publicando*** un comunicado en su sitio web que haga referencia a las notificaciones de que se trate.

11. ***La Comisión, tras consultar a la red de puntos de contacto nacionales a que se refiere el artículo 22, apartado 8, podrá publicar directrices para ayudar a los editores de publicidad política a aplicar el presente artículo.***

Artículo 16

Transmisión de información a las autoridades nacionales competentes

1. ***Para verificar el cumplimiento de los artículos 9, 11, 12 y 14,*** las autoridades nacionales competentes estarán facultadas para solicitar que ***los prestadores*** de servicios de publicidad política ***transmitan cualquier*** información ***necesaria*** ▌. La información transmitida ***será*** completa, exacta y fiable, y se proporcionará en un formato claro, coherente, consolidado e inteligible. Cuando sea técnicamente posible, la información se transmitirá en un formato ***normalizado y*** legible por máquina.

2. La solicitud ***mencionada en el apartado 1*** incluirá los siguientes elementos: ▌

   a) una motivación que explique el objetivo de solicitar la información ▌, a menos que la solicitud persiga el objetivo de prevención, ***detección,*** investigación ▌ y enjuiciamiento de infracciones penales ***o infracciones administrativas graves*** y a menos que revelar los motivos de la solicitud ponga en peligro dicho objetivo;

   b) información sobre las vías de recurso a disposición del prestador de servicios de publicidad política y del patrocinador del servicio de publicidad política.

3. Una vez recibida una solicitud con arreglo al apartado 1 del presente artículo, los prestadores de servicios de publicidad política acusarán recibo de dicha solicitud en un plazo de dos días hábiles e informarán a la autoridad nacional competente de las medidas adoptadas para cumplirla. El prestador de servicios de publicidad política pertinente ***proporcion***ará la información solicitada en un plazo de ***ocho días hábiles. No obstante, los prestadores de servicios de publicidad política que se consideren microempresas o pequeñas y medianas empresas de conformidad con el artículo 3, apartados 1, 2 y 3, de la Directiva 2013/34/UE harán esfuerzos razonables por proporcionar la información solicitada en un plazo de doce días hábiles y, una vez transcurridos, sin demora indebida.***

4. Como excepción a lo dispuesto en el apartado 3 del presente artículo, en el último mes previo a unas elecciones o a un referéndum, los prestadores de servicios de publicidad política proporcionarán la información solicitada que obre en su poder sin demora indebida y en un plazo máximo de cuarenta y ocho horas. Sin embargo, los prestadores de servicios de publicidad política que se consideren microempresas o pequeñas empresas de conformidad con el artículo 3, apartados 1 y 2, de la Directiva 2013/34/UE proporcionarán la información solicitada que obre en su poder sin demora indebida y, cuando sea posible, antes de la fecha de las elecciones o el referéndum.

5. Los prestadores de servicios de publicidad política designarán un punto de contacto para las interacciones con las autoridades competentes. Los prestadores de servicios de publicidad política ***que se consideren microempresas o pequeñas y medianas empresas de conformidad con el artículo 3, apartados 1, 2 y 3,*** de la Directiva 2013/34/UE podrán designar como punto de contacto a una persona física externa.

Artículo 17

Transmisión de información a otras entidades interesadas

1. ***A petición de las entidades interesadas,*** los prestadores de servicios de publicidad política ***transmitirán a dichas entidades con prontitud y gratuitamente, y cuando sea técnicamente posible, en un formato legible por máquina,*** la información ***que dichos prestadores de servicios de publicidad política están obligados a tener en virtud de los artículos 9, 11 y 12.***

2. Las entidades interesadas que soliciten la transmisión de información de conformidad con el apartado 1 no estarán sujetas a intereses comerciales y pertenecerán a una o varias de las categorías siguientes:

   a) investigadores autorizados de conformidad con el artículo ***40, apartado 8,*** del Reglamento (UE) ***2022/2065***;

   b) miembros de una organización de la sociedad civil cuyos objetivos estatutarios sean proteger y promover el interés público y autorizada en virtud del Derecho nacional o de la Unión;

   c) actores políticos***;***

   d) observadores electorales nacionales o internacionales ***reconocidos*** en un Estado miembro***; o***

   e) periodistas.

3. A petición de una entidad interesada, el prestador de servicios de publicidad política hará todo lo posible por ***proporcion***ar la información solicitada o su respuesta motivada con arreglo al apartado 5 ***lo antes posible y, a más tardar,*** en el plazo de un mes.

4. Al preparar la información que debe ***proporcion***arse de conformidad con el apartado 1, el prestador de servicios de publicidad política podrá agregar los importes pertinentes o situarlos en una horquilla, en la medida necesaria para proteger sus intereses comerciales legítimos.

5. Cuando las solicitudes con arreglo al apartado 1 sean manifiestamente ***confusas o excesivas o estén relacionadas con información que no obre en poder del prestador*** de servicios de publicidad política, este podrá negarse a ***proporcionar la información solicitada. En tales casos,*** el prestador de servicios de publicidad política enviará una respuesta motivada a la entidad interesada que presente la solicitud***, junto con información sobre las posibles vías de recurso, incluidas, cuando proceda, las que existen en virtud de la Directiva (UE) 2020/1828***.

6. Cuando ***la tramitación de las solicitudes en virtud del apartado 1*** implique costes significativos, el prestador de servicios de publicidad política podrá cobrar una tasa razonable y proporcionada, que en ningún caso podrá superar los costes administrativos de ***proporcion***ar la información solicitada.

7. Los prestadores de servicios de publicidad política soportarán la carga de demostrar que una solicitud es manifiestamente ***confusa, excesiva o está relacionada con información que no obre en su poder***, o que las solicitudes ▌ conllevan costes significativos de tramitación.

CAPÍTULO III

SEGMENTACIÓN Y ***ENTREGA DE ANUNCIOS*** EN LA PUBLICIDAD POLÍTICA ***EN LÍNEA***

Artículo 18

Requisitos específicos relacionados con técnicas de segmentación y con ***técnicas de entrega de anuncios en el contexto de la publicidad política en línea***

1. ***Se permitirán*** las técnicas de segmentación o ***las técnicas de entrega de anuncios*** que impliquen el tratamiento de datos personales ***en el contexto de la publicidad política en línea solo cuando se cumplan las siguientes condiciones:***

   a) el interesado proporcionó los datos personales al responsable del tratamiento;

   b) el interesado ha dado, por separado, su consentimiento expreso en el sentido de los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) 2018/1725 al tratamiento de los datos personales a efectos de publicidad política; y

   c) dichas técnicas no implican la «elaboración de perfiles», tal como se define en el artículo 4, punto 4, del Reglamento (UE) 2016/679 y en el artículo 3, punto 5, del Reglamento (UE) 2018/1725 utilizando las categorías especiales de datos personales a que se refieren el artículo 9, apartado 1, del Reglamento (UE) 2016/679 y el artículo 10, apartado 1, del Reglamento (UE) 2018/1725.

2. En el contexto de la publicidad política, se prohíben las técnicas de segmentación o las técnicas de entrega de anuncios que impliquen el tratamiento de datos personales de un interesado del que el responsable del tratamiento sepa con una certeza razonable que está al menos un año por debajo de la edad de voto establecida por las normas nacionales. El cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente apartado no obligará al responsable del tratamiento a tratar datos personales adicionales a fin de valorar si el interesado está un año por debajo de la edad de voto.

3. El presente artículo no se aplicará a las comunicaciones de ningún partido político, fundación, asociación o cualquier otra organización sin ánimo de lucro, a sus miembros y antiguos miembros, o a las comunicaciones, como los boletines informativos, vinculadas a sus actividades políticas, siempre que dichas comunicaciones se basen exclusivamente en datos de suscripción y, por tanto, se limiten estrictamente a sus miembros, antiguos miembros o suscriptores, se basen en datos personales proporcionados por ellos y no impliquen un tratamiento de datos personales para segmentar los destinatarios y orientar los mensajes que reciben, o bien realizar una selección más específica.

4. ***A efectos de la aplicación de los requisitos de los Reglamentos (UE) 2016/679 y (UE) 2018/1725 sobre el consentimiento expreso, así como sobre su retirada una vez dado, los responsables del tratamiento se asegurarán de que:***

a) no se solicita el consentimiento del interesado si ya ha indicado por medios automatizados que no presta su consentimiento al tratamiento de datos con fines de publicidad política, a menos que la solicitud esté justificada por un cambio sustancial de circunstancias;

b) se ofrece al interesado que no haya dado su consentimiento una alternativa equivalente para utilizar el servicio en línea sin recibir publicidad política.

Artículo 19

Requisitos de transparencia adicionales relacionados con técnicas de segmentación y con técnicas de entrega de anuncios en el contexto de la publicidad política en línea

1. Cuando se utilicen técnicas de segmentación o técnicas ***de entrega de anuncios*** en el contexto de la publicidad política ***en línea*** que impliquen el tratamiento de datos personales, además de otros requisitos establecidos en ***el presente*** Reglamento ***y de los requisitos establecidos en los Reglamentos*** (UE) 2016/679 y ▌(UE) 2018/1725, ▌ los responsables del tratamiento cumplirán los siguientes requisitos:

a) adoptarán***, aplicarán y harán pública*** una política interna que describa con claridad y en un lenguaje sencillo ***cómo se usan*** dichas técnicas, y mantendrán dicha política durante un período de ***siete*** años ***a partir del último uso de esas técnicas***;

b) mantendrán registros del uso de ***dichas técnicas***, los mecanismos y parámetros pertinentes utilizados;

c) proporcionarán, junto con ***la indicación de que es un*** anuncio político, la información adicional necesaria para que la persona interesada pueda comprender la lógica aplicada y los principales parámetros de ***las técnicas utilizadas***, ***incluyendo si se ha usado un sistema de inteligencia artificial para orientar o entregar el anuncio político y cualquier*** técnica de análisis adicional***, así como los siguientes elementos:***

i) los grupos específicos de destinatarios objetivo, incluidos los parámetros utilizados para determinar los destinatarios a los que se difunde la publicidad;

ii) las categorías de datos personales utilizadas para las técnicas de segmentación o técnicas de entrega de anuncios;

iii) los objetivos, los mecanismos y la lógica de la segmentación, incluidos los parámetros de inclusión y exclusión, y las razones para elegir dichos parámetros;

iv) información significativa sobre el uso de sistemas de inteligencia artificial en la orientación o entrega de anuncios de publicidad política;

v) el período de difusión del anuncio político y el número de personas a las que se difunde;

vi) un enlace o una indicación clara de dónde puede obtenerse fácilmente la política a que se refiere la letra a);

d) prepararán una evaluación anual interna del riesgo del uso de técnicas de segmentación y técnicas de entrega de anuncios en los derechos y libertades fundamentales, cuyos resultados se pondrán a disposición del público;

e) proporcionarán junto con el anuncio político, salvo que ya esté incluida en el aviso de transparencia obligatorio en virtud del artículo 12, apartado 1, del presente Reglamento una referencia a medios eficaces para facilitar que las personas ejerzan sus derechos con arreglo a los Reglamentos (UE) 2016/679 o (UE) 2018/1725, según proceda, en particular, una referencia a los derechos de las personas a modificar sus datos personales o a revocar su consentimiento según proceda, que deberá incluir un enlace a una interfaz que permita el ejercicio de dichos derechos.

2. ***Si el responsable del tratamiento es distinto del editor de publicidad política, el primero deberá asegurarse de que la información a que se refiere el apartado 1, letras c) y e), sea comunicada al editor de publicidad política, para que este último pueda cumplir las obligaciones que le incumben en virtud del presente Reglamento. La información se transmitirá en tiempo oportuno y con exactitud de conformidad con las mejores prácticas y las normas del sector mediante un proceso automatizado normalizado, cuando esto sea técnicamente posible***.

3. ***Los prestadores de servicios de publicidad política transmitirán a los responsables del tratamiento, en caso necesario, la información necesaria para cumplir lo dispuesto en los apartados 1 y 2.***

▌

4. La información que debe ***proporcion***arse de conformidad con el ***apartado 1***, letras c) y e), y los apartados 2 y ***3*** se presentará en un formato fácilmente accesible y, cuando sea técnicamente posible, legible por máquina, claramente visible y fácil de usar, en particular mediante el uso de un lenguaje sencillo.

▌

5. La Comisión está facultada para adoptar actos delegados con arreglo al artículo 28 para modificar el presente Reglamento ***añadiendo más letras*** en el apartado ***1 del presente artículo*** a la luz de los avances tecnológicos***, las prácticas del mercado,*** la investigación científica pertinente, la evolución de la supervisión por parte de las autoridades competentes y las orientaciones correspondientes publicadas por los organismos competentes. ▌

Artículo 20

Transmisión de información sobre orientación o ***entrega de anuncios políticos en línea*** a otras entidades interesadas

Los responsables del tratamiento adoptarán las medidas adecuadas para transmitir a las entidades interesadas a que se refiere el artículo 17, apartado 2, previa solicitud ***y gratuitamente,*** la información mencionada en el artículo ***19***.

Artículo 21

Representante legal

1. Los prestadores de servicios que presten servicios de publicidad política en la Unión, pero no tengan un establecimiento en ella designarán por escrito a una persona física o jurídica como su representante legal en uno de los Estados miembros en los que el prestador ofrezca sus servicios.

El representante legal designado se registrará en la autoridad competente a que se refiere el apartado 4 en su Estado miembro de residencia o establecimiento. A tal fin, los prestadores de servicios presentarán a dicha autoridad competente el nombre, la dirección postal, la dirección de correo electrónico y el número de teléfono de su representante legal. La información presentada será exacta, se aportará en un formato legible por máquina y se mantendrá actualizada.

2. El representante legal será responsable de garantizar el cumplimiento de las obligaciones ***establecidas en el presente Reglamento y, sin perjuicio de la responsabilidad del prestador de servicios y de cualquier procedimiento judicial que pudiera incoarse contra él, podrá ser considerado responsable de cualquier incumplimiento de las obligaciones establecidas en*** el presente Reglamento***. El representante legal*** será el destinatario de todas las notificaciones al prestador de servicios pertinente previstas en el presente Reglamento. Toda notificación enviada a dicho representante legal será considerada una notificación al prestador de servicios representado.

3. Los prestadores de servicios otorgarán a su representante legal los poderes y los recursos necesarios para garantizar una cooperación eficiente y en tiempo oportuno con las autoridades nacionales competentes y, cuando proceda, la Comisión, así como para garantizar el cumplimiento de sus decisiones.

4. Los Estados miembros designarán una autoridad nacional competente encargada de mantener en línea registros públicos y legibles por máquina de todos los representantes legales registrados en su territorio en virtud del presente Reglamento. La autoridad nacional competente velará por que dicha información sea fácilmente accesible, esté completa y se actualice periódicamente. Los Estados miembros transmitirán a la Comisión los enlaces a los sitios web pertinentes.

5. La Comisión creará y mantendrá un portal de acceso público en el que proporcionará los enlaces a los sitios web proporcionados por los Estados miembros con arreglo al apartado 4.

Artículo 22

Autoridades competentes y puntos de contacto

1. Las autoridades de control a que se refieren el artículo 51 del Reglamento (UE) 2016/679 o el Supervisor Europeo de Protección de Datos a que se refiere el artículo 52 del Reglamento (UE) 2018/1725 serán competentes para supervisar la aplicación de ***los artículos 18 y 19*** del presente Reglamento en sus respectivos ámbitos de competencia. El artículo 58 del Reglamento (UE) 2016/679 y el artículo 58 del Reglamento (UE) 2018/1725 se aplicarán *mutatis mutandis*. El capítulo VII del Reglamento (UE) 2016/679 se aplicará a las actividades objeto de ***los artículos 18 y 19*** del presente Reglamento.

2. El Consejo Europeo de Protección de Datos a que se refiere el artículo 68 del Reglamento (UE) 2016/679 elaborará, por iniciativa propia o a petición de la Comisión, directrices para ayudar a las autoridades de control a que se refiere el Reglamento (UE) 2016/679 a evaluar el cumplimiento de los requisitos del presente Reglamento.

3. Los Estados miembros designarán autoridades competentes para ***supervisar*** que los prestadores de servicios intermediarios en el sentido del Reglamento (UE) ***2022/2065*** ▌ cumplan las obligaciones establecidas en los artículos 7 a 17 y 21 del presente Reglamento, cuando proceda. Las autoridades competentes designadas en virtud del Reglamento (UE) ***2022/2065*** ▌ también podrán ser una de las autoridades competentes designadas para ***supervisar*** el cumplimiento por parte de los intermediarios en línea de las obligaciones establecidas en los artículos 7 a 17 y 21 del presente Reglamento. El coordinador de servicios digitales a que se refiere el artículo ***49*** del Reglamento (UE) ***2022/2065*** ▌ en cada Estado miembro será responsable de garantizar la coordinación a nivel nacional con respecto a los prestadores de «servicios intermediarios», tal como se definen en el Reglamento (UE) ***2022/2065***. ***El artículo 49, el artículo 58, apartados 1*** a 4, y el artículo ***60, apartado 1***, del Reglamento (UE) ***2022/2065*** ▌ serán aplicables a las cuestiones relacionadas con la aplicación del presente Reglamento en lo que respecta a los prestadores de servicios intermediarios. ***El artículo 51 del Reglamento (UE) 2022/2065 se aplicará mutatis mutandis en lo que respecta a las facultades de las autoridades competentes designadas en virtud del presente apartado.***

4. Cada Estado miembro designará una o varias autoridades competentes que serán responsables de la aplicación y ejecución de los aspectos del presente Reglamento no contemplados en los apartados 1 y 3 del presente artículo. ***Dichas autoridades competentes podrán ser diferentes de las mencionadas en los apartados 1 y 3 del presente artículo y podrán ser las mismas que las mencionadas en el artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE.*** Cada autoridad competente designada en virtud del presente apartado gozará estructuralmente de plena independencia del sector y de cualquier injerencia exterior o presión política. ***Actuando*** con total independencia, ejercerá una vigilancia eficaz y adoptará las medidas necesarias y proporcionadas para garantizar ***la supervisión,*** el cumplimiento ***y la ejecución*** del presente Reglamento.

5. Las autoridades competentes contempladas en el apartado 4, cuando ***desempeñen*** sus ***tareas*** en relación con el presente Reglamento, estarán facultadas para:

a) solicitar el acceso a datos, documentos o cualquier información necesaria, en particular al patrocinador o a los prestadores de servicios de publicidad política de que se trate, que las autoridades competentes deberán utilizar únicamente a efectos de supervisar y evaluar el cumplimiento del presente Reglamento, de conformidad con la legislación pertinente en materia de protección de datos personales y protección de información confidencial;

b) dirigir a los prestadores de servicios de publicidad política una advertencia cuando incumplan las obligaciones del presente Reglamento;

c) ordenar el cese de las infracciones y exigir a los patrocinadores o a los prestadores de servicios de publicidad política que tomen las medidas necesarias para dar cumplimiento al presente Reglamento;

d) imponer o solicitar la imposición por parte de una autoridad judicial de multas o sanciones pecuniarias u otras medidas financieras, según proceda;

e) cuando proceda, imponer una multa coercitiva o solicitar a una autoridad judicial de su Estado miembro que lo haga;

f) cuando proceda, imponer soluciones proporcionadas a la infracción y necesarias para ponerle fin de manera efectiva, o solicitar a una autoridad judicial de su Estado miembro que lo haga;

g) publicar una declaración en la que se identifique a la persona o personas físicas y jurídicas responsables del incumplimiento de una obligación establecida en el presente Reglamento y la naturaleza de dicha infracción;

h) inspeccionar, o solicitar a una autoridad judicial que ordene o autorice inspeccionar, cualquier instalación que los prestadores de servicios de publicidad política utilicen con fines relacionados con su actividad comercial, negocio, oficio o profesión, o solicitar a otras autoridades públicas que lo hagan, a fin de examinar, incautar, tomar u obtener copias o extractos de información en cualquier forma, independientemente del medio de almacenamiento.

6. Los Estados miembros se asegurarán de que las autoridades nacionales competentes posean todos los medios necesarios para desempeñar sus funciones en virtud del presente Reglamento, entre otros, recursos técnicos, financieros y humanos suficientes para supervisar adecuadamente el cumplimiento del presente Reglamento por parte de los patrocinadores y prestadores de servicios de publicidad política que estén bajo su competencia en virtud del presente Reglamento.

7. Los Estados miembros se asegurarán de ***que haya una*** cooperación ***y coordinación eficaces y estructuradas a escala nacional*** entre ***todas las*** autoridades ***pertinentes a que se refieren los apartados 1 a 4, a fin*** de facilitar el intercambio rápido y seguro de información sobre cuestiones relacionadas con el ejercicio de sus funciones ***y competencias*** de control y ejecución con arreglo al presente Reglamento, incluso mediante la ***notificación de infracciones detectadas que sean pertinentes para otras autoridades***, la puesta en común de conclusiones y conocimientos especializados y el mantenimiento de contactos de cara a la aplicación y ejecución de las normas pertinentes.

8. ***Los puntos de contacto nacionales designados por los Estados miembros de conformidad con el apartado 9, párrafo segundo, se reunirán periódicamente a escala de la Unión en la red de puntos de contacto nacionales. La red de puntos de contacto nacionales servirá como plataforma para el intercambio periódico de información y mejores prácticas, y para la cooperación estructurada entre los puntos de contacto nacionales y la Comisión sobre todos los aspectos del presente Reglamento. En particular, la red de puntos de contacto nacionales facilitará la cooperación a escala de la Unión en relación con la aplicación y ejecución del presente Reglamento y facilitará la preparación, en cooperación con las partes interesadas pertinentes, de directrices para ayudar a los patrocinadores y prestadores de servicios de publicidad política a cumplir los requisitos del presente Reglamento. La red de puntos de contacto nacionales se reunirá como mínimo dos veces al año y, en caso necesario, a petición debidamente justificada de la Comisión o de un Estado miembro. Trabajará en estrecha cooperación con la Red Europea de Cooperación Electoral, el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual y otras redes u organismos pertinentes para facilitar el intercambio rápido y seguro de información sobre cuestiones relacionadas con la supervisión y el cumplimiento del presente Reglamento. La Comisión participará en las reuniones de la red de puntos de contacto nacionales y prestará apoyo administrativo.***

9. ***Cuando un Estado miembro designe a más de una autoridad competente, velará por que las funciones respectivas de dichas autoridades estén claramente definidas y por que cooperen estrecha y eficazmente al desempeñar sus funciones.***

Cada Estado miembro designará una autoridad competente como punto de contacto ***nacional*** a escala de la Unión a efectos de ***todos los aspectos*** del presente Reglamento.

Los puntos de contacto nacionales respaldarán y facilitarán una cooperación eficaz entre autoridades nacionales competentes y con los puntos de contacto nacionales y autoridades de los demás Estados miembros. Los Estados miembros pondrán a disposición del público los datos de contacto de sus puntos de contacto nacionales. Los Estados miembros de que se trate comunicarán, cuando proceda, el nombre de las otras autoridades competentes y sus funciones respectivas a la red de puntos de contacto nacionales.

Artículo 23

Cooperación transfronteriza

1. ***El cumplimiento del presente Reglamento por parte de prestadores de servicios de publicidad política y patrocinadores será competencia del Estado miembro en el que el prestador tenga su establecimiento. En caso de que el prestador esté establecido en más de un Estado miembro, se considerará que está bajo la jurisdicción del Estado miembro en el que tenga su establecimiento principal.***

2. ***Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 22, apartados 1 y 2, y en el apartado 1 del presente artículo,*** la autoridad competente ***o*** autoridades competentes de ***todos*** los Estados miembros cooperarán y se asistirán mutuamente cuando sea necesario. ▌

▌

3. Cuando reciba una solicitud justificada de otra autoridad competente, una autoridad competente prestará asistencia a la otra autoridad competente ***sin demora indebida y no más tarde de un mes después de la recepción de la solicitud*** para que las medidas de control o ejecución a que se refiere ***el artículo 22, apartado 5,*** puedan aplicarse de manera eficaz, eficiente y coherente. ***Cuando reciba una solicitud motivada de información de la autoridad competente de otro Estado miembro, a través de los puntos de contacto nacionales a que se refiere el artículo 22, apartado 9, una*** autoridad competente ▌ ***proporcionará a la anterior autoridad competente la información solicitada sin demora indebida y no más tarde de catorce días después de la recepción de la solicitud. Ese plazo se podrá prorrogar un mes en aquellos casos que exijan una mayor investigación o información de varias autoridades competentes***.

4. Cuando una autoridad nacional competente de un Estado miembro tenga motivos para sospechar que se ha infringido el presente Reglamento en su territorio, lo notificará a la autoridad competente del establecimiento principal del prestador de servicios y le pedirá, en su caso, que evalúe el asunto y adopte las medidas de investigación y ejecución necesarias a que se refiere el apartado 7.

5. Las notificaciones con arreglo al apartado 4 deberán estar fundamentadas, debidamente motivadas, ser proporcionadas e indicar, como mínimo:

a) la información que permita la identificación del patrocinador o del prestador de servicios de publicidad política;

b) una descripción de los hechos pertinentes, las disposiciones pertinentes del presente Reglamento y los motivos por los que la autoridad competente notificadora sospecha que se ha infringido el presente Reglamento, incluida, según proceda, una descripción de las circunstancias que permita valorar los criterios establecidos en el artículo 25, apartado 4;

c) información sobre dónde se puede obtener el anuncio político en cuestión o una copia de este;

d) cualquier otra información que la autoridad competente notificadora considere pertinente, incluida, en su caso, información que haya recopilado por iniciativa propia.

6. La autoridad competente del establecimiento principal podrá solicitar información adicional a la autoridad competente que efectuó la notificación en virtud del apartado 4 en caso de que no cuente con información suficiente para dar respuesta a la notificación. Al recibir tal solicitud, la autoridad competente proporcionará la información solicitada sin demora indebida.

El plazo establecido en el apartado 7 se suspenderá hasta que se proporcione dicha información adicional.

7. ***La autoridad competente del establecimiento principal transmitirá a la autoridad competente que efectuó la notificación y a la red de puntos de contacto nacionales su evaluación de la presunta infracción e información sobre las medidas de control o ejecución que se hayan tomado, o que esté previsto tomar, para asegurar el cumplimiento del presente Reglamento, y lo hará sin demora indebida y no más tarde que un mes tras recibir la notificación a que se refiere el apartado 4 o, en su caso, tras recibir la información a que se refiere el apartado 6.***

8. En aquellos casos en los que la investigación de una presunta infracción se refiera a la prestación de servicios de publicidad política en uno o más Estados miembros en los que el prestador de servicios de publicidad política no tenga su establecimiento principal, la autoridad competente del establecimiento principal podrá iniciar y dirigir una investigación conjunta con la participación de la autoridad competente o de las autoridades competentes de esos Estados miembros:

a) por ***su propia iniciativa y tras obtener el acuerdo de la autoridad competente o autoridades competentes a las que se haya dirigido la solicitud; o***

b) a petición de otra autoridad competente o autoridades competentes, a partir de la sospecha razonable de que los servicios de publicidad política prestados por un prestador de servicios de publicidad política establecido en el Estado miembro del establecimiento principal han infringido el presente Reglamento o han afectado de manera sustancial a individuos en el territorio de la autoridad competente o autoridades competentes que han formulado la solicitud.

9. A los efectos del apartado 8, la autoridad competente que solicite el inicio de una investigación conjunta proporcionará a la otra autoridad competente o autoridades competentes toda la información a que se refiere el apartado 5. Una autoridad competente transmitirá a la otra autoridad competente o autoridades competentes una explicación razonada a tal efecto en caso de que opte por no participar en la investigación conjunta.

10. Al realizar una investigación conjunta, las autoridades competentes cooperarán de buena fe, y ejercerán sus competencias de investigación según sea necesario para la investigación de la presunta infracción. Las autoridades competentes que lleven a cabo una investigación conjunta se informarán mutuamente sobre cualquier medida de ejecución que inicien o que tengan previsto iniciar.

Artículo 24

Derecho de reclamación

Sin perjuicio de otros procedimientos administrativos o acciones judiciales, las autoridades competentes atenderán debidamente cualquier notificación de una posible infracción del presente Reglamento y, cuando así se solicite, informarán a la persona o entidad que efectuó la notificación sobre el curso que se le haya dado. Durante el último mes antes de unas elecciones o un referéndum, cualquier notificación recibida en relación con dichas elecciones o referéndum se atenderá sin demora indebida.

Las autoridades competentes transmitirán sin demora indebida las reclamaciones que sean competencia de otra autoridad competente en otro Estado miembro a dicha autoridad competente.

Artículo 25

Sanciones

1. ▌ Los Estados miembros establecerán el régimen de sanciones ***u otras medidas necesarias*** aplicables a ***los patrocinadores o*** prestadores de servicios de publicidad política ▌ por infracciones de los ***artículos 5 a 17, 20 y 21, y adoptarán todas las medidas necesarias para garantizar que se apliquen en tiempo oportuno.***

Tales sanciones serán efectivas, proporcionadas y disuasorias. ***Al establecer el régimen de sanciones, los Estados miembros tendrán en cuenta las normas que rigen la libertad de prensa y la libertad de expresión en otros medios y las normas o códigos que rigen la profesión periodística.***

2. El importe máximo de la sanción pecuniaria que se podrá imponer se basará en la capacidad económica de la entidad sujeta a sanciones y será:

a) el más alto de entre el 6 % de los ingresos totales anuales o del presupuesto del patrocinador o del prestador de servicios de publicidad política, según proceda; o

b) el 6 % del volumen de negocios mundial anual del patrocinador o del prestador de servicios de publicidad política en el ejercicio anterior.

3. Los Estados miembros comunicarán a la Comisión el régimen establecido ***y las medidas adoptadas, a más tardar el ... [veintiún meses a partir de la entrada en vigor del presente Reglamento],*** y le notificarán sin demora cualquier modificación posterior.

4. A la hora de decidir el tipo de ***sanción*** y su grado, se tendrá debidamente en cuenta en cada caso particular, entre otros aspectos, los siguientes:

a) la naturaleza, gravedad***, recurrencia*** y duración de la infracción;

b) la intencionalidad o negligencia en la infracción;

c) las posibles medidas adoptadas para mitigar cualquier daño;

d) cualquier infracción pertinente cometida anteriormente o cualquier otro factor agravante o atenuante aplicable a las circunstancias del caso;

e) el grado de cooperación con la autoridad competente***; y***

f) el tamaño y la capacidad económica de la entidad sujeta a sanciones, en su caso.

5. Las infracciones de los ***artículos 5, 7, 11, 12, 13, 15, 16 y 18*** se considerarán especialmente graves cuando se refieran a publicidad política publicada o difundida durante ***el último mes antes de unas elecciones o un referéndum*** y dirigida a ciudadanos del Estado miembro en el que se organicen las elecciones ***o el referéndum*** de que se trate. ***Los Estados miembros también podrán imponer multas coercitivas al objeto de obligar a los patrocinadores, a los prestadores de servicios de publicidad política y a los editores a poner fin a una infracción grave y reiterada del presente Reglamento.***

▌

6. En caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas en ***los artículos 18 y 19 del presente Reglamento***, las autoridades de control a que se refiere el artículo 51 del Reglamento (UE) 2016/679 podrán, dentro de sus competencias, imponer multas ▌ en consonancia con el artículo 83 del Reglamento (UE) 2016/679 y hasta el importe mencionado en el artículo 83, apartado 5, de dicho Reglamento.

7. En caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas en ***los artículos 18 y 19 del presente Reglamento***, ***el Supervisor Europeo de Protección de Datos*** a que se refiere el artículo 52 del Reglamento (UE) 2018/1725 podrá imponer, dentro de su ámbito de competencia, multas ▌ de conformidad con el artículo 66 del Reglamento (UE) 2018/1725 hasta el importe mencionado en el artículo 66, apartado 3, de dicho Reglamento.

8. Los Estados miembros informarán anualmente a la Comisión sobre las sanciones impuestas para hacer cumplir las disposiciones del presente Reglamento, en particular sobre el tipo de sanciones aplicadas y el importe de las multas y sanciones pecuniarias. La Comisión tendrá en cuenta esta información al elaborar el informe previsto en el artículo 27.

Artículo 26

Publicación de ***las fechas de elecciones y referendos***

1. Los Estados miembros publicarán las fechas ***de sus elecciones y referendos y, cuando proceda,*** de sus períodos electorales en un lugar fácilmente accesible, ***y*** con la correspondiente referencia al presente Reglamento.

2. ***La Comisión proporcionará un portal mediante el cual los Estados miembros proporcionarán las fechas de sus elecciones y referendos y, cuando proceda, de sus períodos electorales inmediatamente después de su anuncio. Dicho portal estará a disposición del público.***

CAPÍTULO V

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 27

Evaluación y revisión

En el plazo de dos años tras cada elección al Parlamento Europeo ▌, la Comisión presentará ***ante el Parlamento Europeo y el Consejo*** un informe sobre la evaluación y revisión del presente Reglamento. En ***ese informe, que se hará público,*** se evaluará la necesidad de modificar el presente Reglamento***, en particular en lo que se refiere a:***

a) el ámbito de aplicación del presente Reglamento y la definición de publicidad política establecida en el artículo 3, punto 2;

b) la eficacia del presente Reglamento en lo relacionado con los medios concretos de publicidad política;

c) la eficacia de las medidas de transparencia, en particular la declaración y los mecanismos para determinar el carácter político de un servicio de publicidad o de un anuncio según se establece en los artículos 7 y 8;

d) la eficacia de las normas que restringen el tratamiento de datos personales a efectos de las técnicas de segmentación y las técnicas de entrega de anuncios;

e) la eficacia de la estructura de supervisión y ejecución, así como el tipo y el importe de las sanciones impuestas por los Estados miembros;

f) el impacto del presente Reglamento en los agentes de los medios de comunicación que cumplan los requisitos del artículo 3, apartados 1, 2 y 3, de la Directiva 2013/34/UE para ser consideradas microempresas y pymes;

g) la eficacia del presente Reglamento a la vista de los avances tecnológicos, científicos y de otro tipo;

h) la interacción del presente Reglamento con los actos jurídicos de la Unión a que se refiere el artículo 2, apartado 3;

i) los progresos realizados en la creación del repositorio europeo y su posterior funcionamiento.

Artículo 28

Ejercicio de la delegación

1. Se otorgan a la Comisión los poderes para adoptar actos delegados en las condiciones establecidas en el presente artículo.

2. Los poderes para adoptar los actos delegados mencionados en el artículo ***12, apartado 6***, y en el artículo ***19, apartado 5***, se otorgan a la Comisión por un período de ***cuatro años a partir del... [fecha de entrada en vigor*** del presente Reglamento***]. La Comisión elaborará un informe sobre la delegación de poderes a más tardar nueve meses antes de que finalice el período de cuatro años. La delegación de poderes se prorrogará tácitamente por períodos de idéntica duración, excepto si el Parlamento Europeo o el Consejo se oponen a dicha prórroga a más tardar tres meses antes del final de cada período***.

3. La delegación de poderes mencionada en el artículo ***12, apartado 6***, y en el artículo 19, apartado 5, podrá ser revocada en cualquier momento por el Parlamento Europeo o por el Consejo. La decisión de revocación pondrá término a la delegación de los poderes que en ella se especifiquen. La decisión surtirá efecto el día siguiente al de su publicación en el *Diario Oficial de la Unión Europea* o en una fecha posterior indicada en ella. No afectará a la validez de los actos delegados que ya estén en vigor.

4. Antes de la adopción de un acto delegado, la Comisión consultará a los expertos designados por cada Estado miembro de conformidad con los principios establecidos en el Acuerdo interinstitucional de 13 de abril de 2016 sobre la mejora de la legislación.

5. Tan pronto como la Comisión adopte un acto delegado lo notificará simultáneamente al Parlamento Europeo y al Consejo.

6. Los actos delegados adoptados en virtud del artículo ***12, apartado 6***, o del artículo ***19, apartado 5***, entrarán en vigor únicamente si, en un plazo de dos meses desde su notificación al Parlamento Europeo y al Consejo, ninguna de estas instituciones formula objeciones o si, antes del vencimiento de dicho plazo, ambas informan a la Comisión de que no las formularán. El plazo se prorrogará dos meses a iniciativa del Parlamento Europeo o del Consejo.

Artículo 29

Procedimiento de comité

1. La Comisión estará asistida por un comité. Dicho comité será un comité en el sentido del Reglamento (UE) n.º 182/2011.

2. En los casos en que se haga referencia al presente apartado, se aplicará el artículo 5 del Reglamento (UE) n.º 182/2011.

Artículo 30

Entrada en vigor y aplicación

1. El presente Reglamento entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el *Diario Oficial de la Unión Europea*.

2. Será aplicable a partir del... ***[18 meses a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento]. No obstante, en el ámbito de aplicación del presente Reglamento, el artículo 3 y el artículo 5, apartado 1, se aplicarán a partir de la fecha de su entrada en vigor.***

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en …

Por el Parlamento Europeo	*Por el Consejo*
La Presidenta	*La Presidenta / El Presidente*