



Consejo de la
Unión Europea

Bruselas, 10 de junio de 2022
(OR. en)

**Expediente interinstitucional:
2021/0381(COD)**

8647/2/22
REV 2

LIMITE

AG 46
COMPET 279
INST 150
PE 44
DATAPROTECT 125
FREMP 84
CONSOM 101
TELECOM 184
AUDIO 37
MI 334
DISINFO 33
CODEC 589

NOTA

De: Secretaría General del Consejo

A: Delegaciones

N.º doc. prec.: 8647/22 + REV1

N.º doc. Ción.: 14374/21 + COR1 + COR1 REV1;
+ ADD1 + COR1 + ADD1 COR1 REV1;
+ ADD2 to 4 - COM(2021) 731 final

Asunto: Propuesta de REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL
CONSEJO sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad
política
- Texto transaccional de la Presidencia

Adjunto se remite a las delegaciones en el anexo un texto transaccional **revisado** de la Presidencia sobre la propuesta de referencia.

El texto suprimido de la propuesta de la Comisión figura ~~tachado~~ y el texto añadido a la propuesta de la Comisión aparece **subrayado en negrita**.

Propuesta de
REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO
sobre la transparencia y la segmentación de 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 Europeo¹,

Visto el dictamen del Comité de las Regiones²,

De conformidad con el procedimiento legislativo ordinario,

¹ DO C ... de ..., p.

² DO C ... de ..., p.

Considerando lo siguiente:

- (1) La oferta y la demanda de publicidad política están creciendo y tienen 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, como contenidos de pago, resultados de búsqueda patrocinados, mensajes dirigidos de pago, posiciones destacadas en clasificaciones, promoción de algo o de alguien integrada en contenidos, como por ejemplo emplazamiento de productos, 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.
- (2) La publicidad política puede difundirse o publicarse a través de diversos canales y medios de comunicación a través de las fronteras. 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 no solo son particularmente propensos a ofrecerse a escala transfronteriza, sino que también plantean retos novedosos y difíciles en materia de reglamentación 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) Puesto que la publicidad, incluida la de carácter político, normalmente se presta a cambio de una remuneración, constituye una actividad 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 UE y sus Estados miembros en virtud del artículo 2 del Tratado de la Unión Europea (TUE). No siempre es fácil para los ciudadanos reconocer la publicidad política y ejercer sus derechos democráticos con conocimiento de causa. **La creciente sofisticación de la desinformación, la diversificación de los agentes, la rápida evolución de las nuevas tecnologías y la intensificación de la difusión de interferencias manipuladoras son retos importantes para la UE y los Estados miembros. La publicidad política puede ser un vector de desinformación, en particular cuando no revela su naturaleza política y cuando está segmentada o amplificada.** Entre otras razones, es necesario un nivel elevado de transparencia para propiciar un debate político abierto y justo **a fin de garantizar campañas políticas democráticas,** y elecciones o referendos libres y justos, así como para luchar contra la desinformación y las injerencias ilícitas, incluidas las procedentes del extranjero. ~~La publicidad política puede ser un vector de desinformación, en particular cuando no revela su naturaleza política y cuando está segmentada o amplificada.~~ La transparencia de la publicidad política contribuye a que los votantes detecten mejor cuándo están siendo expuestos a un anuncio político en cuyo nombre se hace la publicidad y de qué manera están siendo segmentados por un proveedor de servicios publicitarios, de modo que los votantes estén mejor situados para elegir con conocimiento de causa.
- (5) En el contexto de la publicidad política, se utilizan con frecuencia técnicas de segmentación **y amplificación.** Las técnicas de segmentación o amplificación deben entenderse como técnicas que se utilizan para dirigir un anuncio político personalizado únicamente a una persona o grupo de personas específicos o para aumentar la circulación, el alcance o la visibilidad de un anuncio político. Dado el poder de la segmentación y el potencial de uso indebido de los datos personales que esta entraña, 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 el derecho fundamental a ser informado de manera objetiva, transparente y plural.

- (6) En la actualidad, la regulación de la publicidad política es heterogénea en los Estados miembros, que en muchos casos suelen centrarse en las formas tradicionales de los medios de comunicación. Existen restricciones específicas que incluyen la prestación transfronteriza de servicios de publicidad política. Algunos Estados miembros prohíben que los proveedores de servicios de la UE establecidos en otros Estados miembros presten servicios de carácter político o con fines políticos durante los períodos electorales. Al mismo tiempo, es probable que en determinados Estados miembros existan carencias y lagunas en la legislación nacional, lo que supone que en ocasiones la publicidad política se difunda obviando las normas nacionales pertinentes, socavando así el objetivo de la regulación de la transparencia referente a la publicidad política.
- (7) 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 publicada y difundida en línea y pueden incluir prohibiciones adicionales. Además, son de naturaleza tanto indicativa como vinculante e implican diferentes elementos de transparencia.
- (8) Esta situación genera fragmentación en el mercado interior, reduce la seguridad jurídica para los proveedores de servicios de publicidad política que preparan, insertan, **promocionan**, publican 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 proveedores de servicios en línea y fuera de línea, y exige esfuerzos complejos de cumplimiento y costes adicionales para los proveedores de servicios afectados.
- (9) En este contexto, es probable que los proveedores 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 pymes, 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 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 proveedores de servicios innoven y ofrezcan campañas a través de múltiples medios en varios países dentro del mercado interior.

- (10) 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 tiempo que deben evitarse las divergencias que obstaculizan la libre circulación de servicios conexos dentro del mercado interior estableciendo obligaciones de transparencia uniformes para los proveedores 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.
- (11) Los Estados miembros no deben mantener ni introducir, en su legislación nacional, disposiciones **sobre la transparencia de la publicidad política que sean** contrarias a las fijadas 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 los requisitos de transparencia vinculados a la publicidad política incrementa la seguridad jurídica y reduce la fragmentación de las obligaciones que los proveedores de servicios deben cumplir en el contexto de la publicidad política.
- (12) La plena armonización de los requisitos de transparencia debe entenderse sin perjuicio de la libertad de los proveedores de servicios de publicidad política de proporcionar voluntariamente información adicional sobre la publicidad política, **por ejemplo, el índice de clics de un determinado anuncio político en línea,** como parte de la libertad de expresión **y de información** protegida en virtud del artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales.
- (13) El presente Reglamento ~~no~~ no debe afectar **ni** al contenido ~~material~~ **de la publicidad política ni a las normas de la Unión o de los Estados miembros que regulan la presentación de la** publicidad política, ~~ni las normas que regulan la presentación de la~~ **presentación de la** publicidad política, ~~incluido los llamados durante los períodos silencio~~ **electorales y la realización de campañas políticas, incluidas las prohibiciones de la publicidad** ~~antes de las elecciones o los referendos.~~

(13 bis) 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 en el sentido del artículo 3, apartados 1 a 3, de la Directiva 2013/34/UE.

- (14) El Reglamento debe establecer un requisito armonizado de transparencia aplicable a los agentes económicos que proporcionan publicidad política y prestan servicios conexos (es decir, actividades que se prestan normalmente a cambio de una remuneración); estos servicios consisten, en particular, en la preparación, inserción, promoción, publicación y difusión de publicidad política. 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 amplificación en el contexto de la **promoción**, publicación, ~~o~~ difusión ~~o~~ promoción de publicidad política que implique el tratamiento de datos personales. Las normas del presente Reglamento que regulan el uso de la segmentación y la amplificación 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, **promovida**, ~~o~~ publicada **o difundida** por proveedores 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 los factores que lo vinculan a dicho Estado miembro, como la lengua, el contexto, el objetivo del anuncio y sus medios de difusión.

(14 bis) Las especificidades del medio de publicación, en particular para adaptar las modalidades a la televisión, la radio y los periódicos, deben tenerse en cuenta, según corresponda, en la aplicación del presente Reglamento de acuerdo con el Derecho de la UE.

- (15) No existe una definición de «publicidad política» o «anuncio político» a escala de la Unión. Es necesaria una definición común para establecer el ámbito de aplicación de las obligaciones armonizadas de transparencia y las normas sobre segmentación y amplificación. Esta definición debe abarcar 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.
- (16) La definición de publicidad política debe incluir la publicidad **preparada, insertada, promovida**, publicada o difundida directa o indirectamente por un actor político o **preparada, insertada, promovida**, publicada o difundida directa o indirectamente en nombre de un actor político o por su cuenta. Dado que los anuncios realizados por un actor político, en su nombre o por su cuenta no pueden separarse de su actividad en cuanto actor político, cabe presumir que pueden influir en el debate político, salvo en el caso de mensajes de carácter estrictamente privado o estrictamente comercial.

- (17) La **promoción**, publicación o difusión por parte de otros agentes de un mensaje que pueda influir en el resultado de una elección o referéndum, un proceso legislativo o reglamentario o un comportamiento electoral **a escala de la Unión, nacional, regional local o de un partido político**, y **está diseñado para ello**, también deben constituir publicidad política. **Debe existir un vínculo claro y sustancial entre el mensaje y su potencial para influir en el resultado de unas elecciones o un referéndum, en un proceso legislativo o reglamentario o en un comportamiento electoral.** Para determinar **la existencia de dicho vínculo** si la publicación o difusión de un mensaje es capaz de influir en el resultado de una elección o un referéndum, un proceso legislativo o reglamentario o un comportamiento electoral **y está diseñado para ello**, deben tenerse en cuenta todos los factores pertinentes, como **el patrocinador del mensaje, el contenido del mensaje, el lenguaje utilizado 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 **promueve**, publica o difunde, **así como la audiencia a a que va destinado**. Los mensajes sobre cuestiones sociales o controvertidas pueden influir, ~~según el caso~~, en el resultado de una elección o referéndum, en un proceso legislativo o reglamentario o en el comportamiento electoral, **y estar diseñados para ello**.
- (18) La información práctica procedente de fuentes oficiales **exclusivamente** sobre la organización y las modalidades de participación en elecciones o referendos no debe constituir publicidad política.
- (19) Las **opiniones** políticas expresadas **bajo la responsabilidad editorial de un proveedor de servicios, en cualquier medio, incluidos los programas de servicios de medios audiovisuales en el sentido del artículo 1, apartado 1, letra a), de la Directiva 2010/13/UE³, entre ellos la radiodifusión lineal y no lineal o la televisión,** publicadas en medios de comunicación impresos **o en medios en línea, o en medios en línea, a menos que el proveedor de servicios haya recibido una remuneración por la opinión política expresada** sin pagos directos ni remuneración equivalente, no deben incluirse en el ámbito de aplicación del presente Reglamento.

³ DO L 95 de 15.4.2010, p. 1.

- (20) 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.
- (21) 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 o a través de un servicio de plataformas en línea.
- (22) Los actores políticos en el sentido del presente Reglamento deben 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. El concepto de ~~partidos~~ **actores** políticos debe incluir a sus entidades afiliadas y asociadas **de un partido político** establecidas, con o sin personalidad jurídica, con el fin de apoyar**lo** o perseguir **sus** objetivos, por ejemplo, interactuando con un grupo específico de votantes o para una finalidad electoral específica.
- (23) El concepto de actores políticos también debe incluir a los **candidatos o titulares de cualquier cargo electo**, ~~cargos no electos, cargos electos, candidatos~~ y miembros de **los Gobiernos de los Estados miembros a escala europea, nacional, regional o local o de una institución europea, a excepción del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, el Banco Central Europeo y el Tribunal de Cuentas**. También deben incluirse en dicha definición otras organizaciones políticas, **establecidas para lograr un resultado específico en unas elecciones o un referéndum**.
- (24) Por «campana publicitaria» debe entenderse la preparación, **inserción, promoción,** publicación y difusión de una serie de anuncios conexos en el transcurso de un contrato de publicidad política, sobre la base de una preparación, patrocinio y financiación comunes. ~~Debe incluir la preparación, inserción, promoción, publicación y difusión de un anuncio o versiones de un anuncio en diferentes medios de comunicación y en momentos diferentes dentro del mismo ciclo electoral.~~
- (25) La definición de publicidad política no debe afectar a las definiciones nacionales de partidos políticos, objetivos políticos o períodos ~~campanas~~ **electorales** a escala nacional.

- (26) A fin de abarcar la amplia gama de proveedores de servicios afectados relacionados con los servicios de publicidad política, debe entenderse que los proveedores de servicios de publicidad política incluyen a los proveedores que intervienen en la preparación, inserción, promoción, publicación y o difusión de publicidad política. **No debe entenderse que los proveedores que prestan servicios exclusivamente auxiliares en relación con servicios de publicidad política son proveedores de servicios de publicidad política en el sentido del presente Reglamento.**
- (26 bis) Debe entenderse por editores de publicidad política los proveedores de servicios de publicidad política, normalmente al final de la cadena de proveedores de servicios, que publican y difunden publicidad política mediante radiodifusión, poniéndolo a disposición pública a través de una interfaz o de cualquier otro modo.**
- (26 ter) Por patrocinador debe entenderse aquella persona en cuyo nombre se prepara, inserta, promociona, publica o difunde la publicidad política, por ejemplo, un candidato individual en unas elecciones, un tercero registrado o un partido político.**
- (27) El concepto de servicios de publicidad política no debe incluir los mensajes compartidos por particulares a título meramente personal. No debe considerarse que las personas actúan a título personal si publican mensajes cuya difusión o publicación se realiza a cambio de la remuneración de **un tercero**.
- (28) Cuando **el patrocinador declare** que ~~una~~ la publicidad ~~está indicada como conectada a la~~ ~~publicidad~~ es política, debe indicarse claramente este extremo a otros proveedores de servicios que intervengan en los servicios de publicidad política. **El patrocinador debe hacer esta declaración de buena fe.**
- Además, una vez que un anuncio haya sido señalado como **publicidad política**, su difusión ulterior debe seguir cumpliendo los requisitos de transparencia. Por ejemplo, ~~el contenido patrocinado~~ **la publicidad política conforme a lo definido en el presente Reglamento** debe seguir etiquetándose como publicidad política incluso cuando se comparta de manera orgánica.

(28 bis) Habida cuenta de la importancia de garantizar, en particular, la eficacia de los requisitos de transparencia, los patrocinadores y los proveedores de servicios que actúen en nombre de patrocinadores deben transmitir la información pertinente de buena fe de manera oportuna, completa y precisa a fin de que los demás proveedores de servicios de publicidad política en la cadena puedan cumplir el Reglamento. Cuando el editor de publicidad política sea el único proveedor de servicios de publicidad política, el patrocinador debe comunicar dicha información al editor de publicidad política. En caso de una declaración o de información manifiestamente errónea, los proveedores de servicios publicitarios deben solicitar la corrección de su declaración a los patrocinadores y a los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los patrocinadores.

(28 ter) Una declaración o información debe considerarse manifiestamente errónea si así se desprende del contenido de la publicidad, de la naturaleza del patrocinador o del contexto en el que se presta el servicio de que se trate, sin comprobaciones ni ejercicios de verificación adicionales.

- (29) Las normas sobre transparencia establecidas 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. Los requisitos de transparencia 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 considerar la inserción, publicación o difusión del mensaje específico, a menos que un tercero haya remunerado al usuario por el anuncio político.
- (30) Los requisitos de transparencia 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.

- (31) 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 de expresión** debe ajustarse al artículo 52 de la Carta de los Derechos Fundamentales. ~~y dicha~~ **Esta** libertad puede estar sujeta a modulaciones y restricciones cuando 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 proveedores de servicios de publicidad.
- (32) Por lo que se refiere a los intermediarios en línea, el Reglamento (UE) 2024~~2~~/XX [Ley de Servicios Digitales] se aplica a los anuncios políticos publicado 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. Partiendo de la definición de publicidad política establecida en el presente Reglamento, conviene proporcionar un mayor grado de detalle a los requisitos de transparencia fijados para los editores de publicidad que entran en el ámbito de aplicación del Reglamento (UE) 2022~~4~~/XX [Ley de Servicios Digitales], 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 del presente Reglamento no afectan a las disposiciones de la Ley de Servicios Digitales, notablemente en lo que se refiere a las obligaciones de evaluación y mitigación de riesgos para las plataformas en línea de muy gran tamaño en relación con sus sistemas de publicidad.]
- (33) Las actividades de preparación, inserción, promoción, publicación y difusión de publicidad política pueden implicar una cadena compleja de proveedores de servicios. Esta cadena se da, concretamente, cuando diferentes proveedores de servicios asumen el control de la selección de contenidos publicitarios, de la selección de criterios de segmentación **y amplificación**, del suministro de los datos utilizados para la segmentación **y amplificación** de un anuncio, de la prestación de las técnicas de segmentación **y amplificación**, de la entrega de un anuncio y de su difusión. Por ejemplo, los servicios automatizados pueden ayudar a alinear el perfil del usuario de una interfaz con el contenido publicitario facilitado, utilizando datos personales recogidos directamente del usuario del servicio y de la conducta en línea de los usuarios, así como datos inferidos.

(34) Habida cuenta de la importancia de garantizar, en particular, la eficacia de los requisitos de transparencia, inclusive facilitando su supervisión, los proveedores de servicios de publicidad política deben velar por que la información pertinente que recojan en la prestación de sus servicios, incluida la indicación de que un anuncio es político, **sea completa y precisa y** se proporcione al editor de publicidad política que lleve el anuncio político al público. Con el fin de apoyar la aplicación eficiente de este requisito y el suministro puntual y preciso de esta información, los proveedores de servicios de publicidad política deben **transmitir esta información al mismo tiempo que prestan el servicio en cuestión y** considerar y favorecer la posibilidad de automatizar la transmisión de información entre los proveedores de servicios de publicidad política. **Cuando los proveedores de servicios de publicidad política tengan conocimiento de que la información que han transmitido ha sido actualizada, deben velar por que esta información actualizada se comunique al editor de publicidad política pertinente.**

(34 bis) Los proveedores de servicios de publicidad política tienen conocimiento de que la información debe actualizarse cuando el patrocinador o el prestador de servicios que actúe en su nombre informe al proveedor de servicios de publicidad política de un cambio pertinente. El editor de publicidad política también puede ser consciente de esta necesidad de actualización mediante el mecanismo de notificación previsto en el presente Reglamento.

(34 bis ter) Si los proveedores de servicios de publicidad política ~~tengan~~ tienen conocimiento de un error manifiesto, de una inexactitud o de una omisión en la declaración de la publicidad como política o no política, o en la información comunicada, los proveedores de servicios de publicidad política deben hacer esfuerzos razonables por garantizar que se corrija dicho error manifiesto, o inexactitud u omisión, en particular mediante la confirmación de la información facilitada por el ~~propio~~ proveedor de servicios de publicidad política o, cuando proceda, por el propio patrocinador. El proveedor de servicios de publicidad política no debe estar obligado a llevar a cabo ejercicios de verificación costosos o excesivos ni a mantener contactos complejos con el patrocinador o los proveedores de servicios de publicidad política en cuestión. Los esfuerzos razonables también pueden reflejarse en los acuerdos contractuales entre los proveedores de servicios y con el patrocinador, cuando proceda.

(34~~ter~~quater) Los esfuerzos razonables deben incluir medidas diligentes y objetivas, como ponerse en contacto con los proveedores el patrocinador o el proveedor de servicios de publicidad política de que se trate, para completar o corregir la información. Debe tenerse en cuenta la naturaleza y la importancia de la información errónea u omitida en relación con los requisitos establecidos en el presente Reglamento.

- (35) Cuando una estructura comercial o contractual artificial pueda eludir la eficacia de las obligaciones de transparencia establecidas en el Reglamento, dichas obligaciones deben aplicarse a la entidad o entidades que presten esencialmente el servicio publicitario.
- ~~(36) Asimismo, la intervención podría pasar por crear un mecanismo eficaz para que las personas indiquen que un anuncio es efectivamente político y adoptar medidas eficaces en respuesta a dichas indicaciones.~~
- (37) Al tiempo que establece requisitos específicos, ninguna de las obligaciones establecidas en el presente Reglamento debe entenderse en el sentido de que impone a los proveedores de servicios intermediarios una obligación general de supervisión de los contenidos políticos compartidos por personas físicas o jurídicas, ni debe entenderse que impone una obligación general a los proveedores de servicios intermediarios de adoptar medidas proactivas en relación con contenidos o actividades ilícitos que dichos proveedores transmiten o almacenan.

(38) La transparencia de la publicidad política debe permitir a los ciudadanos comprender que se enfrentan a un anuncio político. Los editores de publicidad política deben garantizar la publicación, ~~en relación con~~ **junto con** cada anuncio político, de una declaración clara de que se trata de un anuncio político y de la identidad de su patrocinador. En su caso, el nombre del patrocinador puede incluir un logotipo político. Los editores de publicidad política deben hacer uso de un etiquetado que sea eficaz, teniendo en cuenta la evolución de la investigación científica pertinente y las mejores prácticas en materia de transparencia a través del etiquetado de la publicidad. **La presentación de la declaración y el nombre del patrocinador pueden variar en función de los medios utilizados. En los servicios de radiodifusión, por ejemplo, puede recurrirse a una declaración anterior o posterior al anuncio.** Asimismo, deben garantizar la publicación, ~~respecto a~~ **junto con** cada anuncio político, de información que permita entender el contexto general de dicho anuncio y sus objetivos, la cual puede incluirse en el propio anuncio o ser facilitada por el editor en su sitio web, accesible a través de un enlace, **un código de respuesta rápida (o código QR)** o una dirección equivalente clara y de fácil utilización incluida en el anuncio.

(39) Esta información debe proporcionarse en un aviso de transparencia que incluya también la identidad del patrocinador **y, en su caso, de la entidad que controla en última instancia al patrocinador**, a fin de apoyar la rendición de cuentas en el proceso político. 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 otro actor político implicado 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 publicitaria, 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 o 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. **El aviso de transparencia debe estar disponible inmediatamente cuando se publique o difunda la publicidad, y la información que presenta debe mantenerse actualizada, según proceda.** Por otro lado, 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 de conformidad con los artículos 14, 15 y 19 del Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales]. **Los proveedores de servicios de publicidad política deben hacer esfuerzos razonables por garantizar que la información sea completa y precisa.**

- (40) La información que debe incluirse en el aviso de transparencia debe facilitarse en el propio anuncio o ser fácil de consultar a partir de una indicación integrado en él. **La presentación de la información 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, de lectura mecánica cuando sea técnicamente posible y de fácil utilización debe implicar que se ajuste a las necesidades de las personas con discapacidad. El anexo I de la Directiva 2019/882 (Acta Europea de Accesibilidad) recoge los requisitos de accesibilidad relativos al suministro de información, en particular la información digital que debe utilizarse para hacer que la información política sea accesible para las personas con discapacidad.
- (41) Los avisos de transparencia deben diseñarse para sensibilizar a los usuarios y ayudar a identificar claramente el anuncio político como tal. Deben estar diseñados para que mantengan el lugar que ocupan o para que, **cuando sea técnicamente posible**, 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 hasta el fin de su** ~~mantenerse durante un período de un año a partir de la última publicación.~~ **Los editores de publicidad política deben conservar, y presentar cuando se les solicite, sus avisos de transparencia, junto con cualquier modificación, durante un período de cinco años a partir de la última publicación.** La información conservada debe incluir asimismo información sobre la publicidad política finalizada o retirada por el editor. **Los proveedores de servicios de publicidad política que no sean plataformas en línea de muy gran tamaño en el sentido del Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de servicios digitales] deben poder decidir el formato para conservar esta información.**

(42) Dado que los editores de publicidad política ponen anuncios políticos a disposición del público, deben publicar o difundir dicha información entre el público junto con la publicación o difusión del anuncio político. **Cuando los editores de publicidad política tengan conocimiento de que un anuncio político no cumple los requisitos de transparencia establecidos en el presente Reglamento, por ejemplo, a raíz de una notificación individual, deben hacer esfuerzos razonables por cumplir los requisitos del presente Reglamento. Cuando la información no pueda completarse ni corregirse sin demora injustificada,** 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 tal situación, los editores de publicidad política deben informar a los proveedores de servicios de publicidad política de que se trate y, en su caso, al patrocinador, de las medidas razonables que se hayan adoptado para cumplir los requisitos del presente Reglamento. Debe incitarse al editor de publicidad política a informar al proveedor de servicios de publicidad política de las posibilidades de recurso.**

(42 bis) Cuando el patrocinador o los proveedores de servicios de publicidad política tengan conocimiento de que la información transmitida al editor de publicidad política o publicada es incompleta o inexacta, deben ponerse en contacto sin demora injustificada con el editor de publicidad política interesado y enviarle información completa o corregida.

(42 ter) Los acuerdos contractuales podrán incluir una cláusula que permita cobrar una tasa razonable por las medidas adoptadas para corregir o completar la información.

(42bisquater) Al cumplir estas obligaciones, los proveedores 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 proveedores de servicios de publicidad política deben prestar en particular 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.

(42terquiquies) Además, los editores de publicidad política que sean plataformas en línea de muy gran tamaño en el sentido del Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales] deben poner a disposición la información contenida en el aviso de transparencia, **en tiempo real**, a través de los repositorios de anuncios publicados de conformidad con el artículo 30 del referido Reglamento [Ley de Servicios Digitales]. **Conviene proporcionar un mayor grado de detalle a los requisitos de transparencia fijados para los repositorios a los que se refiere el artículo 30 del Reglamento (UE) 2021/XX [Ley de Servicios Digitales]. Este aspecto afecta, en particular, a la información sobre la retirada de anuncios políticos y el motivo de su retirada. Además, las plataformas en línea de muy gran tamaño podrán publicar otra información relativa a la influencia del anuncio, incluida información sobre el porcentaje de clics. Debe incitarse a otros proveedores del servicio de publicidad política a crear repositorios similares de anuncios políticos.** Ello facilitará la labor de los agentes interesados, en particular la de los investigadores dedicados específicamente a propiciar elecciones o referendos libres y justos y campañas electorales justas, sobre todo ejerciendo control sobre los patrocinadores de publicidad política y analizando el panorama de la publicidad política.

- (43) Cuando el proveedor del servicio de publicidad política que aloja o almacena y ofrece de otro modo el contenido de un anuncio político sea distinto del proveedor del servicio de publicidad política que controla el sitio web u otra interfaz que en última instancia **presenta** el anuncio político, estos deben considerarse conjuntamente editores de publicidad, responsables respectivamente 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 reflejar la forma en que organizan el cumplimiento del presente Reglamento.

- (44) La información sobre los importes gastados 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 publicitaria de carácter político a partir de los informes anuales elaborados por los [...] **proveedores de servicios de** publicidad política pertinentes. Para facilitar la supervisión y la rendición de cuentas, dichos informes deben incluir información sobre el gasto en segmentación **o ampliación** de la publicidad política durante el período pertinente, agregada por campaña o candidato. A fin de evitar cargas desproporcionadas, dichas obligaciones de información en materia de transparencia no deben aplicarse a las empresas que cumplan los requisitos recogidos en el artículo 3, **apartados 1 a 3**, de la Directiva 2013/34/UE.
- (45) Los editores de publicidad política que presten servicios de publicidad política deben establecer mecanismos que permitan a las personas informarles de que un anuncio político concreto que han publicado no cumple lo dispuesto en el presente Reglamento. Los mecanismos para notificar dicho anuncio deben ser de fácil acceso y utilización, y deben adaptarse a la forma de la publicidad distribuida por el editor de publicidad. 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. **En caso necesario, los editores de publicidad política deben establecer medidas técnicas para garantizar unas normas mínimas de seguridad de las tecnologías de la información, incluidas medidas de protección contra la notificación automatizada.** Los editores de publicidad política deben poder recurrir, en su caso, a los mecanismos existentes. **Por ejemplo,** cuando los editores de publicidad política sean proveedores de servicios de alojamiento en línea en el sentido de la Ley de Servicios Digitales, en lo que respecta a los anuncios políticos alojados a petición de los destinatarios de sus servicios, **los editores de publicidad política podrán recurrir al mecanismo de notificación elaborado por ellos conforme al artículo 14 de la Ley de Servicios Digitales para las notificaciones relativas a la no conformidad de dichos anuncios con el presente Reglamento.** ~~las disposiciones del artículo 14 de la Ley de Servicios Digitales seguirán aplicándose a las notificaciones relativas a la no conformidad de dichos anuncios con el presente Reglamento.~~

(45 bis) Los editores de publicidad política deben ~~tomar medidas~~ hacer esfuerzos razonables para atender de manera oportuna, diligente y objetiva las notificaciones recibidas con arreglo al apartado 1 el presente Reglamento, poniéndose en contacto con los proveedores de servicios pertinentes y, en su caso, con el patrocinador. Cuando una notificación contenga información suficiente para que un editor de publicidad política diligente pueda determinar, sin un examen detallado, que una información falta o es inexacta, debe considerarse que el editor de publicidad política es consciente de la inexactitud u omisión y debe actuar sin demora indebida poniéndose en contacto con los proveedores de servicios pertinentes y, en su caso, con el patrocinador. El editor de publicidad política debe informar al autor de la notificación y a los proveedores de servicios afectados del curso dado a la notificación y facilitará información sobre las vías de recurso en relación con el anuncio al que se refiere la notificación. Cuando una notificación contenga información suficiente para que un prestador diligente de servicios de publicidad política pueda determinar, sin un examen detallado y un complejo proceso de contacto, que es claro que falta o está incompleta una información, el editor de publicidad política debe actuar sin demora indebida.

(45 ter) A fin de garantizar la eficacia de los requisitos de transparencia durante unas elecciones o un referéndum, los editores de publicidad política deben dirigir, dentro del último mes anterior a las elecciones o al referéndum cualquier notificación que reciban sobre anuncios relacionados con dichas ~~votación~~ elecciones o referéndum en un plazo de cuarenta y ocho horas, poniéndose en contacto con los proveedores de servicios de servicios de publicidad política de que se trate y, en su caso, con el patrocinador.

(45 quater) Toda acción emprendida por un editor de publicidad política debe estar estrictamente orientada, en el sentido de que debe servir para corregir, completar o eliminar los elementos específicos de información que no cumplan el presente Reglamento, teniendo debidamente en cuenta la libertad de expresión e información y otros derechos fundamentales.

- (46) 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 ~~acreditados~~ **reconocidos**, con el fin de apoyar el desempeño de sus respectivas funciones en el proceso democrático. No debe exigirse a los proveedores de servicios de publicidad política que respondan a solicitudes manifiestamente infundadas, **confusas** o excesivas. Además, debe permitirse al proveedor de servicios pertinente cobrar una tasa razonable en caso de solicitudes ~~reiteradas~~ y costosas, teniendo en cuenta los costes administrativos de facilitar la información.

(47) Cada vez es más frecuente el uso de datos personales recogidos directamente de las personas, o indirectamente, como es el caso de los datos 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 dirigir los mensajes políticos a grupos o votantes individuales y para amplificar su impacto. A partir del tratamiento de datos personales, en particular **las categorías especiales** de datos **personales** ~~considerados sensibles~~ con arreglo al Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo⁴ y al Reglamento (UE) 2018/1725 del Parlamento Europeo y del Consejo⁵, 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 mensaje o información. Esta práctica tiene efectos específicos y perjudiciales para los derechos y libertades fundamentales de los ciudadanos en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales y a su libertad de recibir información objetiva, formarse una opinión, tomar decisiones políticas y ejercer sus derechos de voto, lo que repercute negativamente en el proceso democrático. Deben establecerse restricciones y condiciones adicionales en comparación con el Reglamento (UE) 2016/679 y el Reglamento (UE) 2018/1725.

Las condiciones establecidas en el presente Reglamento sobre el uso de técnicas de segmentación y amplificación que impliquen el tratamiento de datos personales en el contexto de la publicidad política deben basarse en el artículo 16 del TFUE.

⁴ 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).

⁵ 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).

(48) [Por consiguiente, deben prohibirse las técnicas de segmentación y amplificación en el contexto de la publicidad política que impliquen el tratamiento de datos 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. La utilización de tales técnicas debe permitirse exclusivamente cuando las efectúen los responsables del tratamiento, o alguien que actúe en su nombre, sobre la base del consentimiento explícito del interesado o en el ámbito de sus actividades legítimas y con las debidas garantías, por una fundación, una asociación o cualquier otro organismo sin ánimo de lucro, cuya finalidad sea política, filosófica, religiosa o sindical, siempre que el tratamiento se refiera exclusivamente a los miembros actuales o antiguos de tales organismos o a personas que mantengan contactos regulares con ellos en relación con sus fines y siempre que los datos personales no se comuniquen fuera de ellos sin el consentimiento de los interesados. Este supuesto debe ir acompañado de garantías específicas. El consentimiento debe entenderse como consentimiento en el sentido del Reglamento (UE) 2016/679 y del Reglamento (UE) 2018/1725. Por consiguiente, no debe ser posible acogerse a las excepciones establecidas en el artículo 9, apartado 2, letras b), c), e), f), g), h), i) y j), del Reglamento (UE) 2016/679 y en el artículo 10, apartado 2, letras b), c), e), f), g), h), i) y j), del Reglamento (UE) 2018/1725, respectivamente, para utilizar técnicas de segmentación y amplificación para publicar, promover o difundir publicidad política que implique el tratamiento 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.]

- (49) A fin de garantizar una transparencia y rendición de cuentas reforzadas, al utilizar técnicas de segmentación y amplificación en el contexto de la publicidad política que impliquen el tratamiento de datos personales, los responsables del tratamiento deben aplicar garantías adicionales. **Estas salvaguardias adicionales deben complementar las garantías existentes, incluidas las relativas a las decisiones automatizadas de conformidad con el artículo 24 del Reglamento (UE) 2016/679 y el artículo 26 del Reglamento (UE) 2018/1725.** Deben adoptar y poner en práctica una política que describa el uso de tales técnicas para segmentar a las personas o amplificar su contenido y llevar un registro de sus actividades pertinentes. A la hora de publicar, promover o difundir un anuncio político utilizando técnicas de segmentación y amplificación, los responsables del tratamiento deben proporcionar, junto con el anuncio político, información significativa que permita a la persona afectada comprender la lógica aplicada y los principales parámetros de la segmentación utilizada, así como el uso de datos de terceros y técnicas de análisis adicionales, en particular si se ha optimizado aún más la segmentación del anuncio durante la entrega.
- (50) Los editores de publicidad política que utilicen técnicas de segmentación o amplificación deben incluir en su aviso de transparencia la información necesaria para que la persona afectada pueda comprender la lógica aplicada y los principales parámetros de la segmentación utilizada, así como el uso de datos de terceros y las técnicas de análisis adicionales empleadas y **una indicación clara, como por ejemplo un enlace a un sitio web, de dónde puede recuperarse fácilmente** ~~enlace a~~ la política pertinente del responsable del tratamiento.
- (50 bis)** En caso de que **los** ~~el~~ **responsables** del tratamiento sean **distintos** del editor de la publicidad, ~~el~~ **los** primeros **deben** transmitir al segundo la política interna ~~o una referencia a ella~~ **y garantizar que la información necesaria se comunique al editor de publicidad política. Dicha información debe transmitirse de manera oportuna y precisa.**
- (50 ter)** Los proveedores de servicios de publicidad deben transmitir al editor de publicidad política, ~~en caso necesario,~~ la información necesaria para cumplir las obligaciones que le incumben en virtud del presente Reglamento. El suministro de dicha información puede automatizarse e integrarse en los procesos empresariales ordinarios sobre la base de normas.

- (51) 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 al interesado a fin de apoyar el ejercicio de sus derechos en virtud del marco jurídico de la UE en materia de protección de datos, en particular al objeto de oponerse o retirar su consentimiento cuando sea destinatario de un anuncio político. 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 destinataria de publicidad política, así como para impedir la segmentación sobre la base de criterios específicos y por uno o varios responsables del tratamiento específicos.
- (52) La Comisión debe promover la elaboración de códigos de conducta a que se refiere el artículo 40 del Reglamento (UE) 2016/679 para apoyar el ejercicio de los derechos de los interesados en este contexto.
- (53) La información que debe facilitarse con arreglo a todos los requisitos aplicables al uso de técnicas de segmentación y amplificación en virtud del presente Reglamento debe presentarse en un formato fácilmente accesible, claramente visible y de fácil utilización, incluso mediante el uso de un lenguaje sencillo.
- (54) Conviene establecer normas sobre la transmisión de información relativa a la segmentación a otras entidades interesadas. El régimen aplicable debe ser coherente con el régimen para la transmisión de información vinculada a los requisitos de transparencia.
- (55) Los proveedores 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 con vistas a permitir una supervisión eficaz del presente Reglamento en relación con dichos proveedores. El representante legal puede ser el designado sobre la base del artículo 27 del Reglamento (UE) 2016/679 o el representante designado con arreglo al artículo 11 del Reglamento (UE) 2022~~1~~/XXX [Ley de Servicios Digitales].

- (56) En aras de una supervisión eficaz del presente Reglamento, es necesario confiar a las autoridades de supervisión las competencias para supervisar y hacer cumplir las normas pertinentes. En función del ordenamiento jurídico de cada Estado miembro y de conformidad con la legislación vigente de la Unión, incluidos el Reglamento (UE) 2016/679 y el Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales], podrán designarse diferentes autoridades judiciales o administrativas nacionales a tal efecto.
- (57) 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 y garantizar que dicha supervisión sea coherente con la de las autoridades competentes designadas de conformidad con el artículo 38 del Reglamento (UE) [Ley de Servicios Digitales]. Los coordinadores de servicios digitales a que se refiere el Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales] en cada Estado miembro deben, en cualquier caso, ser responsables de garantizar la coordinación a nivel nacional con respecto a estas cuestiones e iniciar, cuando sea necesario, la cooperación transfronteriza con otros coordinadores de servicios digitales siguiendo los mecanismos establecidos en el Reglamento mencionado. En el marco de la aplicación del presente Reglamento, este mecanismo debe limitarse a la cooperación nacional entre coordinadores de servicios digitales [evitando elevar la cuestión a escala de la Unión, tal como se prevé en el Reglamento (UE) 2021/XXX, Ley de Servicios Digitales].
- (58) Para la supervisión de los aspectos del presente Reglamento que no sean competencia de las autoridades de control en virtud del Reglamento (UE) 2016/679 y el Reglamento (UE) 2018/725, los Estados miembros deben designar a las autoridades competentes. 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 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 las obligaciones establecidas en el artículo 7. Los Estados miembros podrán 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 Consejo⁶.

⁶ 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).

- (59) 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) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales] o las recogidas en el Reglamento (UE) 2016/679, dichas normas deben aplicarse mutatis mutandis a las disposiciones pertinentes del presente Reglamento.
- (60) Las autoridades encargadas de la supervisión del presente Reglamento deben cooperar entre sí, tanto a escala nacional como de la UE, 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 C(2018) 5949 final y el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual creado en virtud de la Directiva 2010/13/UE. 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 constataciones y conocimientos especializados y el mantenimiento de contactos de cara a la aplicación y ejecución de las normas pertinentes.

- (61) Con vistas a facilitar la aplicación efectiva de las obligaciones establecidas en el Reglamento, es necesario facultar a las autoridades nacionales para solicitar a los proveedores de servicios 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 proveedores de servicios de publicidad política no estén sujetos a cargas desproporcionadas, es necesario fijar determinadas condiciones que deben cumplir dichas solicitudes. Con el objetivo de garantizar, en particular, la supervisión oportuna de un proceso electoral, los proveedores de servicios de publicidad política deben responder rápidamente a las solicitudes de las autoridades competentes y, en cualquier caso, en un plazo de diez días hábiles a partir de la recepción de la solicitud. **Durante el último mes de la campaña electoral, debe considerarse que la infracción de estas disposiciones afecta de forma negativa y grave a los derechos de los ciudadanos, por lo que los proveedores de servicios de publicidad política deben facilitar la información solicitada en un plazo de 48 horas.** 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 exposición de motivos adecuada y detalles sobre las vías de recurso disponibles. Los proveedores de servicios de publicidad política deben designar puntos de contacto para la interacción con las autoridades competentes. Estos puntos de contacto pueden ser electrónicos.
- (62) Los Estados miembros deben designar un punto de contacto 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 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 de otros Estados miembros y con las autoridades competentes de su propio Estado miembro.

- (63) Las autoridades de los Estados miembros deben velar por que el incumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente Reglamento se sancione con multas administrativas o sanciones pecuniarias. 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 la capacidad económica del infractor. En este contexto, debe tenerse en cuenta el papel crucial que desempeñan las obligaciones establecidas en el artículo 7 para la consecución efectiva de los objetivos del presente Reglamento. Además, deben tener en cuenta si el proveedor de servicios de que se trate incumple sistemática o repetidamente las obligaciones que le incumben en virtud del presente Reglamento, en particular retrasando el suministro de información a las entidades interesadas, así como, en su caso, si el proveedor de servicios de publicidad política opera en varios Estados miembros. Las sanciones pecuniarias y las multas administrativas serán efectivas, proporcionadas y disuasorias en cada caso concreto, teniendo debidamente en cuenta la existencia de garantías procesales suficientes y accesibles y, en particular, que se vele por que el debate político siga siendo abierto y accesible.
- (64) El ejercicio por las autoridades competentes de sus poderes 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.
- (65) Los Estados miembros deben publicar la duración exacta de sus períodos electorales, fijados de acuerdo con sus tradiciones electorales, con suficiente antelación al comienzo del calendario electoral.

(66) 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 por lo que respecta al artículo 7, apartado 7, a fin de especificar la forma en que deben facilitarse los requisitos de información en los avisos de transparencia de conformidad con dicho artículo, y por lo que se refiere al artículo 12, apartado 8, para especificar la forma en que deben facilitarse los requisitos de información sobre la segmentación. Reviste especial importancia que la Comisión lleve a cabo las consultas oportunas, también con expertos designados por cada Estado miembro, y que esas consultas se realicen de conformidad con los principios establecidos en el Acuerdo Interinstitucional sobre la Mejora de la Legislación de 13 de abril de 2016.

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.

(67) 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. El informe debe examinar, entre otros aspectos, si las disposiciones de los anexos del presente Reglamento siguen siendo adecuadas y analizar la necesidad de revisarlas.

(68) El Reglamento (UE) n.º 1141/2014 sobre el estatuto y la financiación de los partidos políticos europeos y las fundaciones políticas europeas recoge obligaciones complementarias sobre el uso de publicidad política por parte de los partidos políticos europeos.

- (69) Puesto 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 la segmentación en el contexto de la publicación y difusión de publicidad política, no pueden ser alcanzados de manera suficiente por los Estados miembros y, por consiguiente, pueden lograrse mejor a escala de la Unión, esta puede adoptar el presente Reglamento, de acuerdo con el principio de subsidiariedad consagrado en el artículo 5 del TUE. De conformidad con el principio de proporcionalidad establecido en el mismo artículo, el presente Reglamento no excede de lo necesario para alcanzar dichos objetivos.
- (70) El presente Reglamento se entenderá sin perjuicio de las normas establecidas, en particular, por la Directiva 2000/31/CE, incluidas las normas sobre responsabilidad de los prestadores de servicios intermediarios previstas en los artículos 12 a 15 de dicha Directiva, modificada por el Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales], el Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Mercados Digitales], la Directiva 2002/58/CE y el Reglamento (UE) XXX [Reglamento sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas], así como la Directiva (UE) 2010/13, la Directiva 2000/31/CE, la Directiva 2002/58/CE, la Directiva 2005/29/CE, la Directiva 2011/83/UE, la Directiva 2006/114/CE, la Directiva 2006/123/CE y el Reglamento (UE) 2019/1150.
- (71) 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 XX de XX de 2022.

HAN ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

CAPÍTULO I: DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1

Objeto y ámbito de aplicación objetivos

1. El presente Reglamento establece:
 - a) obligaciones armonizadas de transparencia por las que los proveedores de publicidad política y servicios conexos deben conservar, divulgar y publicar información relacionada con la prestación de dichos servicios;
 - b) normas armonizadas sobre el uso de técnicas de segmentación y amplificación en el contexto de la publicación, difusión o promoción de publicidad política que implique el uso **tratamiento** de datos personales.
- ~~2. El presente Reglamento se aplicará a la publicidad política preparada, insertada, promocionada, publicada o difundida en la Unión, o dirigida a personas físicas en uno o varios Estados miembros, con independencia del lugar de establecimiento del proveedor de servicios publicitarios y de los medios utilizados.~~
- ~~3.~~ 2. 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 a las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales.

1. ~~El presente Reglamento ha de entenderse sin perjuicio de las disposiciones establecidas en los siguientes instrumentos jurídicos:~~

a) ~~la Directiva 2000/31/CE;~~

b) ~~la Directiva 2002/58/CE y el Reglamento (UE) XXX [Reglamento sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas];~~

e) ~~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) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales].~~

Artículo 1 bis

Ámbito de aplicación

1. **El presente Reglamento se aplicará a la publicidad política preparada, insertada, promocionada, publicada o difundida en la Unión, o dirigida a personas físicas en uno o varios Estados miembros, con independencia del lugar de establecimiento del proveedor de servicios de publicidad política y de los medios utilizados.**
2. **El presente Reglamento no afectará al contenido de la publicidad política ni a las normas de la Unión o de los Estados miembros que regulen la presentación de la publicidad política, los períodos electorales y la realización de campañas políticas.**

3. El presente Reglamento ha de entenderse sin perjuicio de las disposiciones establecidas en los siguientes instrumentos jurídicos:

- a) **la Directiva 2000/31/CE;**
- b) **la Directiva 2002/58/CE y el Reglamento (UE) XXX [Reglamento sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas];**
- 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) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales]].**

Artículo 2

Definiciones

A 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 o difusión, por cualquier medio, de un mensaje:

- 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 una elección o referéndum, en un proceso legislativo o reglamentario o en el comportamiento electoral **y esté diseñada para ello**;

No incluirá opiniones políticas expresadas bajo la responsabilidad editorial de un proveedor de servicios, en ningún medio de comunicación, en los programas de servicios de comunicación audiovisual publicados en medios impresos o en medios de comunicación en línea, a menos que el prestador de servicios haya sido remunerado por la opinión política expresada.

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

4. «actor político», cualquiera de los siguientes:

- a) un partido político en el sentido del 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, en el sentido del artículo 2, punto 2), del Reglamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014;
- c) un partido político europeo, en el sentido del 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 titular de dicho cargo**, o un candidato a uno de los cargos directivos de un partido político;

- e) ~~un cargo electo en una institución pública de ámbito europeo, nacional, regional o local;~~
- f) un miembro ~~no electo~~ de **las instituciones de la Unión, con excepción del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, el Banco Central Europeo y el Tribunal de Cuentas, o de un Gobierno de los Estados miembros,** a nivel europeo, nacional, regional o local;
- g) una organización de una campaña política, con o sin personalidad jurídica, establecida para ~~lograr un resultado específico en~~ **influir en los resultados de** unas elecciones o referendos ~~un referéndum~~;
- h) toda persona física o jurídica que represente o actúe en nombre de cualquiera de las personas u organizaciones contempladas en las letras a) a g)[...] **y que** promocióne los objetivos políticos de cualquiera de ellos;
5. «servicio de publicidad política», servicio consistente en publicidad política, con excepción de un servicio de intermediación en línea en el sentido del artículo 2, letra f), del Reglamento (UE) 2024/XXX [Ley de Servicios Digitales], que se presta sin considerar la inserción, **promoción,** publicación o difusión del mensaje específico;

5 bis. «proveedor de servicios de publicidad política», una persona física o jurídica que presta servicios de publicidad política, con excepción de los servicios puramente auxiliares.

6. «campaña de publicidad política», la preparación, inserción, promoción, publicación 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;
7. «patrocinador», la persona física o jurídica en cuyo nombre se prepara, inserta, **promociona,** publica o difunde un anuncio político;
8. «técnicas de segmentación ~~o amplificación~~», técnicas que se utilizan para dirigir un anuncio político personalizado únicamente a una persona o grupo de personas específicos ~~o para aumentar la circulación, el alcance o la visibilidad de un anuncio político~~;

8 bis. «técnicas de amplificación», técnicas que se utilizan para aumentar la circulación, el alcance o la visibilidad de un anuncio político;

9. «período electoral», el período anterior, inmediatamente posterior o coincidente con una elección o referéndum en un Estado miembro y durante el cual las actividades de campaña están sujetas a las normas específicas **de los Estados miembros**;
10. «electorado pertinente», el conjunto de personas con derecho a voto en las elecciones o en el referéndum celebrados en el Estado miembro en el que ~~circula~~ **se publica o difunde** un anuncio político, que puede ser el electorado completo de un Estado miembro;
11. «editor de publicidad política», **proveedor de servicios de publicidad política** persona física o jurídica que **publica o difunde publicidad** emite, pone a disposición a través de ~~una interfaz o convierte de otro modo~~ **publicidad política en dominio público** a través de cualquier medio;
12. «responsable del tratamiento», un responsable del tratamiento con arreglo al artículo **34**, apartado **87**, del Reglamento (UE) 2016/679 o, en su caso, al artículo 4, apartado 8, del Reglamento (UE) 2018/1725.

A efectos del párrafo primero, los mensajes a que se refiere el punto 2 procedentes de fuentes oficiales [...] **relacionadas exclusivamente con** la organización y las modalidades de participación en elecciones o referendos o de promoción de la participación en elecciones o referendos no constituirán publicidad política.

Artículo 2 bis

Identificación de un anuncio político

Para determinar si un mensaje constituye una publicidad política en el sentido del artículo 2, apartado 2, letra b), se tendrán en cuenta todas sus características y, en particular, los factores pertinentes siguientes:

- (a) **el contenido del mensaje;**
- (b) **el patrocinador del mensaje;**
- (c) **la lengua utilizada para transmitir el mensaje, los medios por los que se promueve, publica o difunde el mensaje y el público destinatario;**
- (d) **el contexto en el que se transmite el mensaje, incluido el período de difusión como los períodos electorales o de referendo y los procesos legislativos o reglamentarios;**
- (e) **el objetivo del mensaje.**

Artículo 3

Nivel de armonización 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 la prestación de servicios de publicidad política por motivos relacionados con la transparencia cuando se cumplan los requisitos del presente Reglamento.

CAPÍTULO II: OBLIGACIONES DE TRANSPARENCIA APLICABLES A LOS SERVICIOS DE PUBLICIDAD POLÍTICA

Artículo 4

Transparencia de los servicios de publicidad política

- 1.** Los servicios de publicidad política se prestarán de manera transparente de conformidad con las obligaciones establecidas en los artículos 5 a 11 y 14 **el capítulo II** del presente Reglamento.
- 2.** **Los proveedores de servicios de publicidad política velarán por que los acuerdos contractuales celebrados para la prestación de un servicio de publicidad política especifiquen cómo se da cumplimiento a las disposiciones pertinentes del presente Reglamento.**

Artículo 5

Identificación de los servicios de publicidad política

- 1.** Los proveedores de servicios publicitarios pedirán a los patrocinadores y a los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los patrocinadores que declaren si el servicio publicitario que solicitan al proveedor de servicios constituye un servicio de publicidad política en el sentido del artículo 2, apartado 5. Los patrocinadores y los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los patrocinadores extenderán dicha declaración **de buena fe.**
- 2.** Los proveedores de servicios de publicidad política velarán por que los acuerdos contractuales celebrados para la prestación de un servicio de publicidad política ~~especifiquen cómo se cumplen las disposiciones pertinentes del presente Reglamento;~~ **exijan al patrocinador o a los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los patrocinadores que proporcionen la información pertinente necesaria a fin de cumplir el artículo 6, apartado 1. Dicha información se transmitirá de manera oportuna, completa y precisa, y sin demoras injustificadas.**

- 3. En caso de declaración o de información manifiestamente errónea, los proveedores de servicios publicitarios pedirán a los patrocinadores o a los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los patrocinadores que corrijan su declaración. Los patrocinadores o los proveedores de servicios publicitarios que actúen en nombre de los patrocinadores efectuarán dicha corrección de manera completa y precisa y sin demoras injustificadas.**

Artículo 6

Mantenimiento de registros ~~y transmisión de información~~

1. Los proveedores de servicios de publicidad política conservarán 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 la que están relacionados los servicios;
 - b) el servicio o servicios específicos [...] **que prestaron** 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; **y sus fuentes;**
 - d) -[...] la identidad del patrocinador **del anuncio político y, en su caso, de la entidad que controla en última instancia al patrocinador**, así como sus datos de contacto **y, en el caso de las personas jurídicas, su lugar de establecimiento; y**
 - e) **en su caso, una indicación de las elecciones o referendos pertinentes a los que esté vinculado el anuncio político;**
2. La información a que se refiere el apartado 1 se presentará por escrito ~~o y podrá ser~~ en formato electrónico. Dicha información se conservará por un período de cinco años a partir de la fecha de la última preparación, inserción, **promoción**, publicación o difusión, según el caso.

3. Los proveedores de servicios de publicidad política velarán por que la información a que se refiere el apartado 1 se comunique al editor de publicidad política que difundirá el anuncio político para que los editores de publicidad política puedan cumplir las obligaciones que les incumben en virtud del presente Reglamento. La información se transmitirá de manera oportuna y precisa de conformidad con las mejores prácticas y las normas del sector, mediante un proceso automatizado normalizado cuando sea técnicamente posible.

Artículo 6 bis

Transmisión de información al editor de publicidad política

1. Los proveedores de servicios de publicidad política velarán por que la información a que se refiere el artículo 6, apartado 1, se comunique de manera oportuna, completa y precisa al editor de publicidad política que publicará o difundirá el anuncio político para que los editores de publicidad política puedan cumplir las obligaciones que les incumben en virtud del presente Reglamento. Los proveedores de servicios de publicidad política harán esfuerzos razonables por garantizar que la información conservada de conformidad con el artículo 6, apartado 1, sea completa y precisa.

Cuando el editor de publicidad política sea el único proveedor de servicios de publicidad política, el patrocinador comunicará la información pertinente al editor de publicidad política.

2. Los proveedores de servicios de publicidad política transmitirán dicha información al mismo tiempo que prestan el servicio pertinente, de conformidad con las mejores prácticas y las normas del sector, mediante un proceso automatizado normalizado cuando sea técnicamente posible.
3. Cuando los proveedores de servicios de publicidad política tengan conocimiento de que la información que han transmitido ha sido actualizada, velarán por que esta información actualizada se comunique al editor de publicidad política pertinente.

Requisitos de transparencia para cada anuncio político

1. [...] **Junto con cada anuncio político, el editor de publicidad política** facilitará [...] 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) un aviso de transparencia que permita comprender el contexto general del anuncio político y sus objetivos, o una indicación clara del lugar en que puede consultarse fácilmente.

En este sentido, los editores de publicidad política utilizarán técnicas de etiquetado eficientes y destacadas que permitan identificar fácilmente el anuncio político como tal y [...] que el marcado o el etiquetado [...] **mantenga** el lugar que ocupan en caso de que dicho anuncio se difunda ulteriormente.

2. El aviso de transparencia ~~se incluirá en cada anuncio político o será fácil consultarlo a partir de él,~~ e incluirá la siguiente información:
- a) la identidad **y el lugar de establecimiento** del patrocinador **y, en su caso, la entidad que controla en última instancia al patrocinador** y sus datos de contacto;
 - b) el período durante el cual está previsto publicar y difundir el anuncio político ~~y, en su caso, el hecho de que el editor de publicidad política haya difundido en el pasado el mismo anuncio;~~

- c) ~~basándose, entre otras cosas, en la información recibida de conformidad con el artículo 6, apartado 3,~~ la información sobre la suma de los importes abonados u otras prestaciones recibidas **por los proveedores de servicios de publicidad política, incluidos los recibidos por el editor** en contraprestación parcial o total por ~~la preparación, inserción, promoción, publicación y difusión~~ **los servicios de publicidad política prestados en relación con** ~~del~~ **el** anuncio en cuestión y, en su caso, ~~de~~ la campaña de publicidad política, así como las fuentes correspondientes;
- d) en su caso, una indicación de las elecciones o referendos a los que está vinculado el anuncio;
- e) en su caso, enlaces a los repositorios en línea de anuncios contemplados en el apartado 6;
- f) información sobre cómo utilizar los mecanismos previstos en el artículo 9, apartado 1;

f bis) en su caso, la información especificada en el artículo 12, apartado 4.

- g) La información que debe incluirse en el aviso de transparencia se facilitará utilizando los campos de datos específicos que figuran en el anexo I.

2 bis. El aviso de transparencia se incluirá en cada anuncio político o será fácil consultarlo desde su primera publicación y hasta que esta concluya. Se mantendrá actualizado. Los avisos de transparencia se presentarán en un formato fácilmente accesible y, cuando sea técnicamente posible, de lectura mecánica, claramente visible y de fácil utilización, también mediante el uso de un lenguaje sencillo.

3. Los editores de publicidad política harán esfuerzos razonables por garantizar que la información a que se refieren los ~~el~~ apartados 1 y 2 esté completa y sea precisa. Si el editor de publicidad política tiene conocimiento de que la información a que se refieren los el apartados 1 y 2 es incompleta o inexacta, debe hacer esfuerzos razonables por completar o corregir la información, incluido, en su caso, mediante la puesta en contacto con el patrocinador o los proveedores de servicios de que se trate. [...] Cuando [...] la información no pueda completarse o corregirse sin demoras injustificadas, el editor [...] no facilitará o interrumpirá la publicación o difusión del anuncio político, [...] e informará al proveedor de servicios en cuestión y, en su caso, al patrocinador.

Cuando el patrocinador o los proveedores de servicios de publicidad política tengan conocimiento de que la información transmitida al editor de publicidad política o publicada es incompleta o inexacta, se pondrán en contacto sin demora injustificada con el editor de publicidad política interesado y le enviarán, según sea el caso, información completa o corregida.

~~4. Los avisos de transparencia se mantendrán actualizados y se presentarán 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. La información será publicada por el editor de publicidad política con el anuncio político desde su primera publicación hasta un año después de su última publicación.~~

5. Los editores de publicidad política conservarán sus avisos de transparencia, junto con cualquier modificación, durante un período de cinco años a partir ~~del final del período a que se refiere el apartado 4~~ de la última publicación.

6. Los editores de publicidad política que sean plataformas en línea de muy gran tamaño en el sentido del artículo 25 del Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales] velarán por que los repositorios que pongan a disposición, en tiempo real, de conformidad con el artículo 30 de dicho Reglamento [Ley de Servicios Digitales] contengan, respecto a cada anuncio político del repositorio, también la información actualizada a que se refiere el apartado 2.

7. Los Estados miembros, incluidas las autoridades competentes, y la Comisión fomentarán la elaboración de códigos de conducta destinados a contribuir a la correcta aplicación del presente artículo, teniendo en cuenta las características específicas de los proveedores de servicios pertinentes y las necesidades concretas de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, en el sentido del artículo 3 de la Directiva 2013/34/UE.
8. La Comisión estará facultada para adoptar actos delegados con arreglo al artículo 19 para modificar el anexo I añadiendo[...] o modificando [...] elementos de la lista de información que debe facilitarse de conformidad con el apartado 2 cuando, a la luz de la evolución tecnológica, **la investigación científica pertinente, la evolución de la supervisión por parte de las autoridades competentes y las orientaciones correspondientes emitidas por los organismos competentes,** dicha modificación sea necesaria para comprender el contexto general del anuncio político y sus objetivos.

Artículo 8

Presentación periódica de información sobre los servicios de publicidad política

1. ~~Cuando presten servicios de publicidad política,~~ **L**os editores de publicidad **política** incluirán en sus estados financieros anuales información sobre los importes o el valor de otras prestaciones recibidas como contraprestación parcial o total por dichos servicios, incluido el uso de técnicas de segmentación y amplificación, agregados por campaña, como parte de su informe de gestión en el sentido del artículo 19 de la Directiva 2013/34/UE.
2. El apartado 1 no se aplicará a las empresas que cumplan los requisitos dispuestos en el artículo 3, **apartados 1 a** [...]3[...], de la Directiva 2013/34/UE.

Artículo 9

Denuncia de posibles anuncios políticos ilícitos

- 1.3** Cuando presten servicios de publicidad política, los editores de publicidad establecerán mecanismos que permitan a [...] **las personas físicas o jurídicas** notificarles gratuitamente que un anuncio concreto que han publicado no cumple lo dispuesto en el presente Reglamento.

- 2.4 La información sobre cómo notificar los anuncios políticos a que se refiere el apartado 1 será intuitiva y de fácil acceso, también desde el aviso de transparencia.
Los editores de publicidad política permitirán la presentación de la [...] **notificación** a que se refiere el apartado 1 por medios electrónicos.
3. **Los editores de publicidad política harán esfuerzos razonables por atender de manera diligente y objetiva, y sin demoras injustificadas, las notificaciones recibidas con arreglo al apartado 1, poniéndose en contacto con los proveedores el proveedor de servicios de publicidad política pertinentes y, en su caso, con el patrocinador.**
- 4.5 El editor de publicidad política informará, **sin demoras injustificadas**, a las personas que notificaron el anuncio **presentaron la notificación** y a los proveedores de servicios de que se trate del curso dado a la notificación a que se refiere el apartado 1, **e incluirá información sobre las vías de recurso disponibles con respecto al anuncio al que se refiere el aviso.**
- 4 bis. **En el último mes previo a unas elecciones o a un referendo, los editores de publicidad política que sean plataformas en línea de muy gran tamaño en el sentido del artículo 25 del Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales] atenderán en un plazo de 48 horas cualquier notificación que reciban sobre anuncios relacionados con dichas elecciones o referendos. Los editores de publicidad política que cumplan los requisitos del artículo 3, apartados 1 a 3, de la Directiva 2013/34/UE harán esfuerzos razonables por atender sin demoras injustificadas todas las notificaciones que reciban sobre publicidad relacionada con dichas elecciones o referendos.**
- 5.6 Las notificaciones repetitivas con arreglo al apartado 1 relativas al mismo anuncio o campaña publicitaria podrán responderse de forma colectiva, también haciendo referencia a un comunicado en el sitio web del editor de publicidad política de que se trate.

Transmisión de información a las autoridades competentes

1. Las autoridades nacionales competentes estarán facultadas para solicitar que ~~un~~ **los** ~~proveedores~~ **de** servicios de publicidad política transmitan **la información que se les exige tener con arreglo a** ~~a que se refieren~~ los artículos 6, 7 y 8. La información transmitida ~~deberá ser~~ **será** completa, exacta y fiable, y ~~se presentará~~ **se** en un formato claro, coherente, consolidado e inteligible. Cuando sea técnicamente posible, la información se transmitirá en un formato de lectura mecánica.

1 bis) La solicitud deberá contener los siguientes elementos:

- a) una exposición de motivos que explique el objetivo de solicitar la información y las razones por las que la solicitud es necesaria y proporcionada, a menos que la solicitud persiga el objetivo de prevención, **detección**, investigación, ~~detección~~ y enjuiciamiento de infracciones penales y en la medida en que las razones de la solicitud pongan en peligro dicho objetivo;
- b) información sobre las vías de recurso a disposición del proveedor de servicios pertinente y del patrocinador del servicio de publicidad política.

2. Una vez recibida una solicitud con arreglo al apartado 1, los proveedores de servicios de publicidad política acusarán recibo de dicha solicitud en un plazo de dos días hábiles e informarán a la autoridad de las medidas adoptadas para cumplirla. El proveedor de servicios pertinente facilitará la información solicitada en un plazo de diez días hábiles.

Los proveedores de servicios de publicidad política que cumplan los requisitos recogidos en el artículo 3, apartados 1 a 3, de la Directiva 2013/34/UE harán esfuerzos razonables por facilitar la información solicitada en un plazo de quince días hábiles. En el último mes previo a unas elecciones o a un referéndum, los proveedores de servicios de publicidad política facilitarán la información solicitada en un plazo de 48 horas. Los proveedores de servicios de publicidad política que cumplan los requisitos recogidos en el artículo 3, apartados 1 a 3, de la Directiva 2013/34/UE harán esfuerzos razonables por facilitar la información solicitada sin demora injustificada.

3. Los proveedores de servicios de publicidad política designarán un punto de contacto para las interacciones con las autoridades competentes. Los proveedores de servicios de publicidad política ~~que sean pymes en el sentido del~~ **que cumplan los requisitos recogidos en el artículo 3, apartados 1 a 3,** de la Directiva 2013/34/UE podrán designar como punto de contacto a una persona física externa.

Artículo 11

Transmisión de información a otras entidades interesadas

1. **Previa solicitud de las entidades interesadas,** ~~Los~~ proveedores de servicios de publicidad política ~~adoptarán las medidas oportunas para transmitir~~ **án a dichas entidades, sin costes, la información que se les exige tener con arreglo a los** ~~a que se refiere el artículo 6 y 7 a las entidades interesadas previa solicitud y sin costes.~~

~~Cuando el proveedor de servicios de publicidad política sea un editor de publicidad política, adoptará asimismo las medidas apropiadas para transmitir la información a que se refiere el artículo 7 a las entidades interesadas que lo soliciten y sin coste alguno.~~

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 31 del Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales];
 - 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 ~~autorizados en virtud de la legislación nacional;~~ ~~o~~
 - d) observadores electorales nacionales o internacionales ~~acreditados~~ **reconocidos** en un Estado miembro; **o**
 - e) **periodistas.**

~~Entre dichas entidades interesadas figurarán también los periodistas acreditados en un Estado miembro por organismos nacionales, europeos o internacionales.~~

3. A petición de una entidad interesada, el proveedor de servicios hará todo lo posible por facilitar la información solicitada o su respuesta motivada con arreglo al apartado 5 en el plazo de un mes.
4. Al preparar la información que debe facilitarse de conformidad con el apartado 1, el proveedor de servicios 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 infundadas, confusas o excesivas, en particular debido a su falta de claridad, el proveedor de servicios podrá negarse a responder. En este caso, el proveedor de servicios de que se trate enviará una respuesta motivada **e información sobre las vías de recurso** a la entidad interesada que presente la solicitud.
6. Cuando **el tratamiento de** las solicitudes a que se refiere el apartado 1 ~~sean repetitivas y su tramitación~~ implique costes significativos, el proveedor de servicios podrá cobrar una tasa razonable y proporcionada, que en ningún caso podrá superar los costes administrativos de facilitar la información solicitada.
7. Los proveedores de servicios soportarán la carga de demostrar que una solicitud es manifiestamente infundada, confusa o excesiva, o que las solicitudes ~~son repetitivas y~~ conllevan costes significativos de tramitación.

CAPÍTULO III: SEGMENTACIÓN Y AMPLIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD POLÍTICA

Artículo 12

Requisitos específicos relacionados con la segmentación y la amplificación

1. [Se prohíben las técnicas de segmentación y amplificación que impliquen el tratamiento 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. La prohibición recogida en el apartado 1 no se aplicará a las situaciones contempladas en el artículo 9, apartado 2, letras a) y d), del Reglamento (UE) 2016/679 y en el artículo 10, apartado 2, letras a) y d), del Reglamento (UE) 2018/1725.]
3. Cuando se utilicen técnicas de segmentación o amplificación en el contexto de la publicidad política que impliquen el tratamiento de datos personales, además de los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) 2016/679 y en el Reglamento (UE) 2018/1725, según proceda, los responsables del tratamiento cumplirán los siguientes requisitos:
 - a) adoptarán, y aplicarán **y harán pública** una política interna que describa con claridad y en un lenguaje sencillo, en particular, el uso de dichas técnicas para segmentar a las personas o amplificar el contenido, y mantendrán dicha política durante un período de cinco años;
 - b) mantendrán registros del uso de segmentación o amplificación, los mecanismos, técnicas y parámetros pertinentes utilizados y las fuentes de los datos personales utilizados;

- c) proporcionarán, junto con **la indicación de que es un** el anuncio político, la información adicional necesaria para que la persona interesada pueda comprender la lógica aplicada y los principales parámetros de la técnica utilizada, así como el uso de datos de terceros y técnicas de análisis adicionales. **La información que deba incluirse se facilitará utilizando los campos de datos específicos que figuran en el anexo II.** ~~Dicha información comprenderá los elementos recogidos en el anexo II.~~

4. Deberá incluir, en particular, la información siguiente:

- i) **los grupos específicos de destinatarios a los que se dirige, incluidos los parámetros utilizados para determinar los destinatarios a los que se difunde la publicidad;**
- ii) **las categorías y la fuente de los datos personales utilizados en la segmentación y la amplificación;**
- iii) **el período de difusión;**
- iv) **un enlace o una indicación clara de dónde puede obtenerse fácilmente la política a que se refiere el apartado 3, letra a).**

4 bis. En caso de que el **los** responsables del tratamiento sean distintos del editor de la publicidad, el primero **los responsables del tratamiento** transmitirán la política interna o una referencia a ella al segundo **y se asegurarán de que la información a que se refiere el apartado 4 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 de manera oportuna y precisa de conformidad con las mejores prácticas y las normas del sector, mediante un proceso automatizado normalizado cuando sea técnicamente posible.**

4 ter. **Los proveedores de servicios de publicidad transmitirán a los responsables del tratamiento, en caso necesario, la información necesaria para cumplir lo dispuesto en los apartados 3 y 4.**

5. Los editores de publicidad política que utilicen las técnicas de segmentación o amplificación **que impliquen el tratamiento de datos personales** a que se refiere el ~~apartado 3~~ incluirán, en el anuncio, ~~o~~ junto con él ~~y~~ **o** en el aviso de transparencia obligatorio en virtud del artículo 7, una referencia a vías eficaces para facilitar que las personas ejerzan sus derechos con arreglo al Reglamento (UE) 2016/679 **o al Reglamento (UE) 2018/1725, según proceda.**
6. La información que debe facilitarse de conformidad con ~~esta disposición~~ **los apartados 3 a 5** se presentará en un formato fácilmente accesible y, cuando sea técnicamente posible, legible por máquina **de lectura mecánica**, claramente visible y fácil de usar **de fácil utilización**, en particular mediante el uso de un lenguaje sencillo.
7. ~~Los proveedores de servicios de publicidad transmitirán al responsable del tratamiento, en caso necesario, la información necesaria para cumplir lo dispuesto en el apartado 3.~~
8. La Comisión está facultada para adoptar actos delegados con arreglo al artículo 19 para modificar el anexo II **añadiendo o** modificando ~~o suprimiendo~~ elementos de la lista de información que debe facilitarse de conformidad con el apartado 3, letra c), **y el apartado 4** del presente artículo a la luz de la evolución tecnológica, de la investigación científica pertinente y de la evolución de la supervisión por parte de las autoridades competentes y de las orientaciones correspondientes emitidas por los organismos competentes.

Artículo 13

Transmisión de información sobre segmentación o amplificación a otras entidades interesadas

1. ~~El~~ **Los** responsables del tratamiento ~~a que se refiere el artículo 12~~ adoptarán las medidas adecuadas para transmitir, previa solicitud de las entidades interesadas **y sin coste** de conformidad con el artículo 11, apartado 1, la información mencionada en el artículo 12.
2. El artículo 11, apartados 2 a 7, se aplicará *mutatis mutandis*.

CAPÍTULO IV: SUPERVISIÓN Y EJECUCIÓN

Artículo 14

Representante legal

1. Los proveedores 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 proveedor ofrezca sus servicios.
2. El representante legal será responsable de garantizar el cumplimiento de las obligaciones que incumben al proveedor de servicios representado en virtud del presente Reglamento, y será el destinatario de todas las notificaciones al proveedor de servicios en cuestión previstas en el presente Reglamento. Toda notificación enviada a dicho representante legal será considerada una notificación al proveedor de servicios representado.

Artículo 15

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 artículo 52 del Reglamento (UE) 2018/1725 serán competentes para supervisar la aplicación del artículo 12 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 del artículo 12 del presente Reglamento.
2. Los Estados miembros designarán autoridades competentes para vigilar que los proveedores de servicios intermediarios en el sentido del Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales] cumplan las obligaciones establecidas en los artículos 5 a 11 y 14 del presente Reglamento, cuando proceda. Las autoridades competentes designadas en virtud del Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales] también podrán ser una de las autoridades competentes designadas para vigilar el cumplimiento por parte de los intermediarios en línea de las obligaciones establecidas en los artículos 5 a 11 y 14 del presente Reglamento. El coordinador de servicios digitales a que se refiere el artículo 38 del Reglamento (UE) 2021/XXX en cada Estado miembro será responsable de garantizar la coordinación a nivel nacional con respecto a los proveedores de servicios intermediarios, tal como se definen en el Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales]. El artículo 45, apartados 1 a 4, y el artículo 46, apartado 1, del Reglamento (UE) 2021/XXX [Ley de Servicios Digitales] serán aplicables a las cuestiones relacionadas con la aplicación del presente Reglamento en lo que respecta a los proveedores de servicios intermediarios.
3. 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 2. Cada autoridad competente designada en virtud del presente apartado gozará estructuralmente de plena independencia del sector y de cualquier injerencia exterior o presión política. Con total independencia, ejercerá una vigilancia eficaz y adoptará las medidas necesarias y proporcionadas para garantizar el cumplimiento del presente Reglamento.

4. Las autoridades competentes a que se refiere el apartado 3, en el ejercicio de sus funciones de control en relación con el presente Reglamento, estarán facultadas para solicitar el acceso a datos, documentos o cualquier información necesaria de los proveedores de servicios de publicidad política para el desempeño de sus funciones de control.
5. Las autoridades competentes contempladas en el apartado 3, cuando ejerzan sus competencias de ejecución en relación con el presente Reglamento, estarán facultadas para:
 - a) dirigir a los proveedores de servicios de publicidad política una advertencia cuando incumplan las obligaciones del presente Reglamento;
 - b) 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;
 - c) imponer multas administrativas y sanciones pecuniarias.
6. Los Estados miembros garantizarán la cooperación entre las autoridades competentes, en particular en el marco de las redes electorales nacionales, a fin de 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 constataciones y conocimientos especializados y el mantenimiento de contactos de cara a la aplicación y ejecución de las normas pertinentes.
7. Cada Estado miembro designará una autoridad competente como punto de contacto a escala de la Unión a efectos del presente Reglamento.

8. Cuando un proveedor de servicios de publicidad política preste servicios en más de un Estado miembro, o tenga su establecimiento principal o un representante en un Estado miembro pero realice sus actividades principales en otro Estado miembro, la autoridad competente del Estado miembro del establecimiento principal u otro establecimiento o del representante, y las autoridades competentes de esos otros Estados miembros cooperarán y se asistirán mutuamente cuando sea necesario. A menos que dicha cooperación ya esté regulada por el Derecho de la Unión, esta implicará, como mínimo, lo siguiente:
- a) las autoridades competentes que apliquen medidas de control o ejecución en un Estado miembro recurrirán al punto de contacto a que se refiere el apartado 7 para informar y consultar a las autoridades competentes de los demás Estados miembros afectados sobre las medidas de control y ejecución adoptadas y su seguimiento;
 - b) una autoridad competente podrá solicitar a través del punto de contacto mencionado en el apartado 7, de manera motivada, justificada y proporcionada, a otra autoridad competente que se encuentre en una situación más propicia que adopte las medidas de control o ejecución a que se refieren los apartados 4 y 5; y
 - c) cuando reciba una solicitud justificada de otra autoridad competente, la autoridad competente prestará asistencia a la otra autoridad competente para que las medidas de control o ejecución a que se refieren los apartados 4 y 5 puedan aplicarse de manera eficaz, eficiente y coherente. La autoridad competente requerida proporcionará, a través de los puntos de contacto a que se refiere el apartado 7 y en un plazo acorde a la urgencia de la solicitud, una respuesta en la que se comunique la información solicitada o se informe de que no considera que se cumplan las condiciones para solicitar asistencia con arreglo al presente Reglamento. Toda información intercambiada en el contexto de la asistencia solicitada y prestada en virtud del presente artículo se utilizará únicamente en relación con la cuestión para la que se haya solicitado.
9. Los puntos de contacto se reunirán periódicamente a escala de la Unión en el marco de la Red Europea de Cooperación Electoral para facilitar el intercambio rápido y seguro de información sobre cuestiones relacionadas con el ejercicio de sus funciones de control y ejecución de conformidad con el presente Reglamento.

Artículo 16

Sanciones

1. En relación con los artículos 5 a 11, 13 y 14, los Estados miembros establecerán el régimen de sanciones, incluidas multas administrativas y sanciones pecuniarias, aplicables a los proveedores de servicios de publicidad política bajo su jurisdicción por infracciones del presente Reglamento, que en cada caso serán efectivas, proporcionadas y disuasorias.
2. Los Estados miembros notificarán el régimen de sanciones a la Comisión en el plazo de doce meses a partir de la entrada en vigor del presente Reglamento, y le comunicarán de inmediato cualquier modificación posterior.
3. A la hora de decidir el tipo de sanciones y su graduación, se tendrá debidamente en cuenta en cada caso particular, entre otros aspectos, los siguientes:
 - a) la naturaleza, gravedad 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; y
 - e) el grado de cooperación con la autoridad competente.
4. Las infracciones del artículo 7 se considerarán especialmente graves cuando se refieran a publicidad política publicada o difundida durante un período electoral y dirigida a ciudadanos del Estado miembro en el que se organicen las elecciones de que se trate.

5. Si un proveedor de servicios infringe de forma intencionada o negligente las disposiciones del presente Reglamento, por la misma publicidad política o una asociada a ella, el importe total de la multa administrativa podrá ajustarse suficientemente para tener en cuenta todos los factores pertinentes; el hecho de que se haya infringido el Reglamento en múltiples aspectos se reflejará en el importe total de la multa, de conformidad con el principio de proporcionalidad.
6. En caso de incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 12, las autoridades de control a que se refiere el artículo 51 del Reglamento (UE) 2016/679 podrán, dentro de su ámbito de competencia, imponer multas administrativas de conformidad 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 el artículo 12, la autoridad de control a que se refiere el artículo 52 del Reglamento (UE) 2018/1725 podrá imponer, dentro de su ámbito de competencia, multas administrativas de conformidad con el artículo 66 del Reglamento (UE) 2018/1725 hasta el importe mencionado en el artículo 66, apartado 3, de dicho Reglamento.

Artículo 17

Publicación de los períodos electorales

Los Estados miembros publicarán las fechas de sus períodos electorales nacionales en un lugar fácilmente accesible, con la correspondiente mención al presente Reglamento.

CAPÍTULO V: DISPOSICIONES FINALES

Artículo 18

Evaluación y revisión

En el plazo de dos años tras cada elección al Parlamento Europeo, y por primera vez el 31 de diciembre de 2026 a más tardar, la Comisión presentará un informe sobre la evaluación y revisión del presente Reglamento. En él se evaluará la necesidad de modificar el presente Reglamento. Dicho informe se hará público.

Artículo 19

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 actos delegados mencionados en el artículo 7, apartado 8, y el artículo 12, apartado 8, se otorgan a la Comisión por un período de [hasta que se evalúe la aplicación del presente Reglamento, dos años después de las próximas elecciones al Parlamento Europeo].
3. La delegación de poderes mencionada en el artículo 7, apartado 8, y el artículo 12, apartado 8, 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. Tan pronto como la Comisión adopte un acto delegado lo notificará simultáneamente al Parlamento Europeo y al Consejo.
5. Los actos delegados adoptados en virtud del artículo 7, apartado 8, y el artículo 12, apartado 8, entrarán en vigor únicamente si, en un plazo de dos meses a partir de 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 20

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 1 de abril de 2023.
3. El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el

Por el Parlamento Europeo

La Presidenta / El Presidente

Por el Consejo

La Presidenta / El Presidente