

El Parlamento quiere reglas más estrictas para la publicidad política

- Más información para los ciudadanos, autoridades y periodistas
- Los proveedores de publicidad en internet no podrán hacer microsegmentación de audiencias
- Nuevas sanciones y plazos más cortos para investigar posibles infracciones
- Las organizaciones de fuera de la UE no podrán financiar anuncios políticos en la Unión

El peno respaldó el jueves numerosos cambios del proyecto legislativo sobre publicidad política, para garantizar elecciones y referendos más transparentes y resistentes frente a injerencias.

Con 433 votos a favor, 61 en contra y 110 abstenciones, el Parlamento respaldó el mandato negociador propuesto por la comisión de Mercado Interior y Protección de los Consumidores. El visto bueno del pleno permite al ponente [Sandro Gozi](#) (Renew, Francia) comenzar las conversaciones con los representantes de los Estados miembros, con vistas a lograr un acuerdo sobre el texto a tiempo para las elecciones europeas de 2024.

Restricciones a las estrategias de segmentación y prohibición de facto de la microsegmentación

En base a las enmiendas introducidas por los eurodiputados a la propuesta de la Comisión, sólo los datos personales facilitados de manera explícita para la publicidad política podrán ser utilizados por los anunciantes. Esto supone que, en la práctica, quedará prohibida la microsegmentación, una estrategia que usa los datos de consumo y demográficos para identificar los intereses de individuos específicos.

El Parlamento también introdujo otras disposiciones para regular las actividades de segmentación en general, como la prohibición total del uso de datos de menores de edad.

No a la interferencia extranjera

La Cámara propone asimismo prohibir a las organizaciones no domiciliadas en la UE financiar publicidad política dentro de la Unión. El texto señala que, para determinar dónde está basada

una entidad, las autoridades deberán tener en cuenta quién controla en última instancia al pagador del anuncio.

Más transparencia

Los eurodiputados también incorporaron enmiendas para garantizar que los ciudadanos, las autoridades y los periodistas pueden acceder de forma sencilla a la información sobre publicidad política. Entre otras propuestas, plantean crear una base de datos digital para todos los anuncios políticos en línea y los datos relacionados.

El objetivo es facilitar la obtención de información sobre quién paga los anuncios, su coste y el origen del dinero utilizado. También deberá ser información pública el hecho de que un anuncio haya sido suspendido por violación de las reglas, los grupos específicos de individuos a los que va dirigidos, y los datos personales utilizados, así como las visitas y las acciones de la audiencia («engagement») respecto al anuncio. Los eurodiputados quieren garantizar de manera específica el derecho de los periodistas a obtener esa información.

Nuevas sanciones en caso de infracción

El Parlamento propone la imposición de multas periódicas en caso de infracción reiterada y la obligación para los grandes proveedores de servicios de publicidad de suspender sus operaciones con un cliente específico hasta quince días cuando se produzca una violación grave y sistemática de las normas. La Comisión podrá fijar sanciones mínimas para toda la UE.

El texto también refuerza los poderes de las autoridades nacionales y permite al Comité Europeo de Protección de Datos asumir una investigación sobre una supuesta infracción y forzar el cumplimiento de las reglas.

Declaración del ponente

[Sandro Gozi](#) (Renew, Francia), señaló: «Hay demasiada interferencia en nuestros procesos democráticos. Como legisladores tenemos la responsabilidad de combatir este fenómeno, pero también de garantizar que el debate continúa siendo abierto y libre. Esta ley no acabará con la publicidad política, a pesar de los rumores difundidos por las grandes plataformas digitales. Tampoco obstaculizará nuestra libertad de expresión. Sólo limitará la publicidad política abusiva».

Próximos pasos

Las conversaciones entre los colegisladores –Parlamento y Consejo- pueden comenzar sin demora. El Consejo fijó [su posición negociadora](#) en diciembre.

Más información

[Texto adoptado \(2.02.2023\)](#)

[Video del debate \(1.02.2023\)](#)

[Procedimiento](#)

[Rueda de prensa con el ponente tras la votación en la comisión \(24.01.2023\)](#)

[Servicio de Estudios del PE: Mejora de las condiciones laborales de los trabajadores de plataformas digitales](#)

Contactos

Estefanía NARRILLOS

Responsable de prensa

☎ (+32) 2 28 31324 (BXL)

☎ (+33) 3 881 73661 (STR)

📱 (+32) 498 98 39 85

✉ estefania.narrillos@europarl.europa.eu

John SCHRANZ

Press Officer

☎ (+32) 2 28 44264 (BXL)

☎ (+33) 3 881 74076 (STR)

📱 (+32) 498 98 14 02

✉ john.schranz@europarl.europa.eu
