

G A _ P

Gómez-Acebo & Pombo

Boletín

Derecho Digital

N.º 13



Contenido

Protección de datos personales en el ámbito digital	3		
• Indemnización por infracción del Reglamento General de protección de datos personales.....	3		
• Derechos vulnerados «como consecuencia de un tratamiento» y obligación de comunicar al interesado, de forma concisa, transparente, inteligible y fácilmente accesible, con un lenguaje claro y sencillo, la información relativa a los fines de ese tratamiento de datos y a los destinatarios de los mismos, a más tardar en el momento de su recogida	3		
• El tratamiento de neurodatos y sus retos.....	4		
Publicidad.....	5		
• Publicidad de cerveza en medios digitales	5		
Comercio electrónico.....	5		
• Contratos a distancia y botón de pedido en línea	5		
		• Validez de la firma electrónica	6
		Inteligencia artificial	7
		• Reglamento de Inteligencia Artificial.....	7
		• Consejo Asesor Internacional en Inteligencia Artificial	7
		• Declaración Pública sobre Inteligencia Artificial del Grupo de alto nivel para la Ley de Mercados Digitales	8
		• Declaración del Comité Europeo de Protección de Datos sobre el papel de las autoridades de protección de datos en el marco de la Ley de Inteligencia Artificial.....	8
		Redes sociales	9
		• Conclusiones del Consejo sobre el apoyo a los influyentes como creadores de contenidos en línea	9

Protección de datos personales en el ámbito digital

Indemnización por infracción del Reglamento General de protección de datos personales

El 20 de junio del 2024, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) emitió su fallo en los asuntos acumulados C-182/22 y C-189/22, *Scalable Capital*, en relación con la compensación por daños morales contemplada en el artículo 82.1 del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) como resultado del robo de datos personales por terceros, a partir de una solicitud de decisión prejudicial.

Los demandantes crearon una cuenta en Scalable Capital, una empresa dedicada a la gestión de una aplicación de trading. Para la apertura de las cuentas, los solicitantes proporcionaron ciertos datos personales que fueron sustraídos por terceros de los que se desconoce la identidad. Ante esto, los demandantes interpusieron un recurso ante el Tribunal de Primera Instancia de Múnich solicitando una indemnización por los daños inmateriales sufridos como consecuencia de ese “robo” de sus datos personales.

El Tribunal considera que el derecho a indemnización del artículo 82 del RGPD debe cumplir una función exclusivamente compensatoria en la cual se debe permitir compensar íntegramente el perjuicio sufrido dejando a un lado el propósito punitivo. Asimismo, establece que a efectos de indemnización no es necesario evaluar la gravedad ni la posible intencionalidad de la infracción del RGPD y que los daños derivados

de una vulneración de la seguridad de los datos personales no son menos relevantes que los daños de carácter físico.

El Tribunal, por último, destaca que en casos donde se demuestre la existencia de un perjuicio, los tribunales nacionales pueden, si el daño no es de gran magnitud, otorgar una compensación mínima al afectado, siempre que esta cubra plenamente el perjuicio sufrido.

Claudia Pérez Moneu

Derechos vulnerados «como consecuencia de un tratamiento» y obligación de comunicar al interesado, de forma concisa, transparente, inteligible y fácilmente accesible, con un lenguaje claro y sencillo, la información relativa a los fines de ese tratamiento de datos y a los destinatarios de los mismos, a más tardar en el momento de su recogida

En la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) de 11 de julio 2024 en el asunto C-757/22, se facilita una interpretación del artículo 8 apartado 2 RGPD, en relación con los asuntos iniciados por asociaciones de consumidores en nombre de los interesados en materia de protección de datos personales. El litigio principal surge de la actividad de Meta Platforms Ireland (en adelante, “Meta”), responsable de gestionar www.facebook.de, donde permitía a los

usuarios acceder a aplicaciones de juegos en su “Centro de Aplicaciones”, donde se les informaba que al usar estas apps, autorizaban la recogida de sus datos y publicaciones en su nombre. La Federación argumentó que esta información no cumplía con los requisitos legales para obtener el consentimiento válido de los usuarios, y consideró que estas condiciones perjudicaban a los usuarios.

Se plantea la cuestión prejudicial relativa a la interpretación del artículo 80, apartado 2 del RGPD, que permite que una entidad legitimada presente una acción en representación de los afectados cuando considera que sus derechos han sido vulnerados por un tratamiento de datos. El TJUE interpreta dicho artículo sobre la premisa del posible incumplimiento de la obligación del responsable de informar adecuadamente sobre los fines del tratamiento y los destinatarios de los datos, como exigen los artículos 12.1 y 13.1 del Reglamento General de protección de datos.

En primer lugar, el TJUE reconoce la legitimación de la entidad para llevar a cabo este tipo de acciones sin necesidad de un mandato específico de los interesados, y sin necesidad de una vulneración concreta o de un perjuicio real. En segundo lugar, analiza la actuación de Meta para esclarecer si el tratamiento de datos llevado a cabo por la misma constituye una infracción del deber de información, e indica que no se facilita la información relativa al tratamiento de forma concisa, transparente y clara.

Finalmente, el TJUE concluye que la vulneración del derecho a la información establecida por la normativa aplicable permite que las entidades legitimadas (como, en este caso, la Federación) puedan accionar los mecanismos previstos en el artículo 80.2 RGPD para garantizar una pro-

tección eficaz de los derechos fundamentales y libertades de los interesados.

Iratxe Arrigain García

El tratamiento de neurodatos y sus retos

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y el Supervisor Europeo de Protección de Datos (EDPS) han publicado, en fecha de 24 de junio del 2024, un informe conjunto sobre los neurodatos y los retos que supone el tratamiento de los mismos para los derechos y libertades de las personas en el marco del avance de las neurotecnologías.

Las neurotecnologías abarcan una amplia gama de tecnologías que interactúan con el cerebro o el sistema nervioso, y aunque su potencial para mejorar la medicina es inmenso, también plantean amenazas significativas en cuanto a la protección de datos personales. Los neurodatos, definidos como “*información que se recoge del cerebro y/o del sistema nervioso de las personas físicas*”¹ son datos personales, únicos para cada individuo, lo que implica su utilización en el campo de investigación para construir sistemas de autenticación basados en ondas cerebrales. Dada la importancia de los neurodatos, varios organismos internacionales, como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico o el Comité Jurídico Interamericano de la Organización de los Estados Americanos, subrayan la necesidad de proteger el derecho a la privacidad cuando se realicen tratamientos de neurodatos.

La AEPD y EDPS, en su informe, subrayan la “*intrusión sin precedentes en la esfera privada*

¹ TechDispatch sobre Neurodatos ([enlace](#)).

de los individuos” que genera el uso de las neurotecnologías y neurodatos, afectando no sólo a la privacidad y la protección de datos personales, sino también a la dignidad humana y su integridad física y mental. Por ello, y a consecuencia de que los neurodatos son, a menudo, datos sensibles, su tratamiento está prohibido,

salvo en contadas excepciones. Si dicho tratamiento está permitido, deberá cumplir con los requisitos y principios de proporcionalidad, exactitud, minimización de datos, transparencia y lealtad.

Cristina Bonfanti Gris

Publicidad

Publicidad de cerveza en medios digitales

El Jurado de la Publicidad de Autocontrol – en su resolución de se la Sección Segunda, de 14 de junio— ha resuelto una reclamación presentada contra la publicidad de cerveza realizada por un *influencer* en un *reel* de Instagram. En particular, la reclamante argumentaba que la indicación que invita a un consumo moderado y responsable se incluía en vertical y no en horizontal, tal como exige la norma 3.2 del Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España.

No obstante, el Jurado de la Publicidad desestima la reclamación por entender que la referida norma no es de aplicación a la publicidad de cerveza en medios digitales. Según el Jurado, «la mencionada norma impone la obligación a unos medios de comunicación o soportes con-

cretos como son “spots televisivos, anuncios en periódicos y revistas y en vallas de publicidad exterior (...)”, y entre los que no figuran los medios digitales. Por tanto, y no siendo de aplicación esta exigencia, tampoco lo son las directrices previstas para la correcta inclusión de este mensaje de consumo responsable, entre las que ciertamente se indica que debe incluirse siempre en horizontal».

Por lo demás, el Jurado también tiene en cuenta que, aunque la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual exige (art. 123.3.g) que en las comunicaciones comerciales audiovisuales de bebidas alcohólicas se incluya un mensaje de consumo moderado y de bajo riesgo, no impone unas directrices de formato o ubicación para su inclusión.

Ángel García Vidal

Comercio electrónico

Contratos a distancia y botón de pedido en línea

La Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre del 2011, sobre los

derechos de los consumidores dispone (art. 8.2) que, si un contrato a distancia que ha de ser celebrado por medios electrónicos obliga al consumidor a pagar, el comerciante pondrá en conocimiento del consumidor de una manera clara y

destacada, y justo antes de que el consumidor efectúe el pedido, la información establecida en el artículo 6, apartado 1, de dicha Directiva, relativa, en esencia, a las características principales de los bienes o servicios, al precio total, a la duración del contrato y, en su caso, a la duración mínima de las obligaciones impuestas al consumidor.

Se preceptúa, asimismo, que el comerciante deberá velar por que el consumidor, al efectuar el pedido, confirme expresamente que es consciente de que este implica una obligación de pago. Si la realización de un pedido se hace activando un botón o una función similar, el botón o la función similar deberán etiquetarse de manera que sea fácilmente legible únicamente con la expresión “pedido con obligación de pago” o una formulación correspondiente no ambigua que indique que la realización del pedido implica la obligación de pagar al comerciante. En caso contrario, el consumidor no quedará obligado por el contrato o pedido.»

Al interpretar estas disposiciones, el Tribunal de Justicia ha declarado —entre otros extremos— que el comerciante debe informar expresamente a dicho consumidor de que, al efectuar el pedido, queda sujeto a una obligación de pago (sentencia de 7 de abril del 2022, Fuhrmann-2, C249/21, EU:C:2022:269, apartado 25) y que únicamente debe tenerse en cuenta la expresión que figure en el botón o función similar para determinar si el comerciante ha cumplido la obligación que le incumbe de velar por que el consumidor, al efectuar el pedido, confirme expresamente que es consciente de que este implica una obligación de pago (véase, en este sentido, la sentencia de 7 de abril del 2022, Fuhrmann-2, C-249/21, EU:C:2022:269, apartados 26 y 28).

Pues bien, en su reciente Sentencia de 30 de mayo (C-400/22, ECLI:EU:C:2024:436), el Tribunal de Justicia, ha declarado que el referido artículo 8.2 «debe interpretarse en el sentido de que en

el caso de contratos a distancia celebrados a través de sitios de Internet, la obligación que recae sobre el comerciante de velar por que el consumidor, al realizar el pedido, acepte expresamente una obligación de pago se aplica incluso cuando el consumidor sólo está obligado a pagar al comerciante la remuneración cuando se cumpla una condición posterior».

Ángel García Vidal

Validez de la firma electrónica

En un caso en que el particular que celebró un contrato de préstamo con una entidad bancaria alegó que no había prueba de la firma del contrato, la Sentencia núm. 381/2024, de 10 de junio de la Audiencia Provincial de Cantabria (Sección 2ª) (ECLI:ES:APS:2024:726) declara la validez de la firma electrónica del contrato por parte del prestatario por medio de la banca a distancia móvil.

Entiende el tribunal que concurren las circunstancias previstas en la Ley 34/2002, de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (arts. 23 y 24), para su validez por ser un contrato celebrado por vía electrónica en los que la firma del deudor se ha incorporado de forma electrónica bajo el régimen y con los efectos previstos en el art. 25 del Reglamento (UE) 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de julio del 2014 relativo a la identificación electrónica y los servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior, en el que expresamente se indica en su apartado 1 que «no se denegarán efectos jurídicos ni admisibilidad como prueba en procedimientos judiciales a una firma electrónica por el mero hecho de ser una firma electrónica o porque no cumpla los requisitos de la firma electrónica cualificada».

Ángel García Vidal

Inteligencia artificial

Reglamento de Inteligencia Artificial

El Reglamento (UE) 2024/1689 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de junio del 2024 modifica varias directivas y reglamentos previos relacionados con el sector e implementa unas normas uniformes y armonizadas en el campo de la inteligencia artificial. Este Reglamento tiene como propósito fomentar una inteligencia artificial confiable que respete los valores de la Unión Europea, especialmente la protección de la salud y la seguridad, los derechos fundamentales, y el Estado de Derecho. Además, establece límites con el objetivo de evitar el uso inadecuado de la IA y así proteger la seguridad de las personas.

El Reglamento asegura la libre circulación de bienes y servicios basados en la inteligencia artificial entre fronteras, evitando que los Estados miembros puedan imponer limitaciones al desarrollo, comercialización y uso de sistemas de inteligencia artificial, salvo en los casos en que el propio Reglamento permita restricciones de manera explícita.

El Reglamento entrará en vigor el 2 de agosto del 2026. No obstante, las disposiciones relacionadas con las sanciones deberán aplicarse a partir del 2 de agosto del 2025.

Claudia Pérez Moneu

Consejo Asesor Internacional en Inteligencia Artificial

La Orden TDF/619/2024 (en adelante, la “Orden”) establece la creación del Consejo Asesor

Internacional en Inteligencia Artificial, un ente concebido para asesorar y guiar en la formulación de políticas y estrategias relacionadas con el uso de la inteligencia artificial (en adelante, “IA”) al Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública. Este consejo busca fomentar un enfoque ético y responsable, asegurando que las innovaciones en IA beneficien a la sociedad en su conjunto.

Así, la Orden detalla las funciones específicas que tendrá este Consejo Asesor Internacional en Inteligencia Artificial, entre las que se encuentran la evaluación de la aplicación de la IA en diferentes sectores, la formulación de recomendaciones para asegurar un uso ético e inclusivo de la misma, y la investigación sobre sus implicaciones sociales y económicas. Además, el Consejo debe facilitar la formación y el intercambio de conocimientos entre expertos y partes interesadas, asegurando un enfoque inclusivo en el desarrollo de políticas. El Consejo estará compuesto por expertos de diversas disciplinas, y se establece el sistema de nombramientos, las funciones de la presidencia y secretaría del Consejo Asesor Internacional de Inteligencia Artificial, y su cese.

Finalmente, la Orden pone de relieve la importancia de la inclusión y la diversidad en la toma de decisiones relacionadas con la IA. El objetivo de este recientemente creado no sólo influya y que acompañe en el desarrollo de normativas, sino que también impulse un diálogo constante sobre los impactos sociales, económicos y éticos de la inteligencia artificial.

Iratxe Arrigain García

Declaración Pública sobre Inteligencia Artificial del Grupo de alto nivel para la Ley de Mercados Digitales

El Grupo de Alto Nivel (*High-Level Group*), encargado de aplicar la Ley de Mercados Digitales (*Digital Markets Act*), ha publicado una declaración sobre los impactos y riesgos del rápido desarrollo de sistemas de Inteligencia Artificial (IA) desde el 2022.

La IA ha evidenciado su potencial como motor de innovación y crecimiento, pero también ha puesto de manifiesto su capacidad para generar riesgos en el entorno digital, comprometiendo la seguridad, la equidad y la competencia. La IA ofrece oportunidades significativas de innovación, especialmente para nuevos actores en el mercado, pero también puede fortalecer la posición de las grandes plataformas en línea, que actúan como guardianes de acceso y que, con el empleo de sistemas de inteligencia artificial, pueden llegar a imponer condiciones injustas a las empresas y usuarios finales, obstruyendo la competitividad.

Ante estos desafíos, la regulación de la IA ha adquirido una relevancia central tanto en la Unión Europea como a nivel global. La Ley de Inteligencia Artificial, aprobado por el Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea, se constituye como el primer marco legislativo integral a nivel mundial, regulando el desarrollo, despliegue y uso de los sistemas de IA, incluyendo la IA generativa, y buscando mitigar riesgos para la salud, la seguridad y los derechos fundamentales, sin limitar la innovación.

El Grupo de Alto Nivel, se encargará de supervisar el desarrollo de la IA en la Unión Europea, y ha acordado desarrollar medios para asegurarse una actuación coordinada sobre el desarrollo de la misma. Se destaca la importancia de llevar a cabo un enfoque coordinado para poder enfren-

tar los peligros y garantizar que la innovación de la IA no tenga un impacto negativo en los mercados digitales. Por ello, es esencial asegurarse de que los mercados sigan siendo competitivos y que el uso de datos personales sea completamente legal. En consecuencia, el Grupo de Alto Nivel ha constituido un subgrupo especializado en inteligencia artificial, encargado de monitorear los avances en este campo y examinar las interacciones entre la Ley de Mercados Digitales y otros marcos regulatorios, así como de establecer los mecanismos de cooperación necesarios para garantizar una regulación coherente.

Por último, en su declaración también se abordan las preocupaciones relacionadas con la desinformación y los *deepfakes*, y subrayan el riesgo que estos podrían crear en los mercados digitales, especialmente en lo que respecta a los guardianes de acceso.

Cristina Bonfanti Gris

Declaración del Comité Europeo de Protección de Datos sobre el papel de las autoridades de protección de datos en el marco de la Ley de Inteligencia Artificial

En su reciente sesión plenaria, el Comité Europeo de Protección de Datos (CEPD) emitió una declaración sobre el rol que deben desempeñar las autoridades de protección de datos nacionales en el contexto de la Ley de Inteligencia Artificial (Ley de IA).

El CEPD señala que las autoridades de protección de datos nacionales ya cuentan con experiencia y conocimientos especializados en la evaluación del impacto de la IA, al estar la protección de datos presente en todas y cada una de las etapas de desarrollo y funcionamiento de estos sistemas de inteligencia artificial.

Por esta razón, propone a los Estados miembros que las autoridades de protección de datos nacionales sean designadas como autoridades de supervisión y les brinden los recursos necesarios para poder cumplir eficazmente con sus responsabilidades. Esta medida promovería una mayor coordinación entre las distintas autoridades re-

guladoras, proporcionaría mayor seguridad jurídica a las partes interesadas y fortalecería tanto la vigilancia como la aplicación de la Ley de IA y de la normativa de la Unión Europea en materia de protección de datos.

Claudia Pérez Moneu

Redes sociales

Conclusiones del Consejo sobre el apoyo a los influyentes como creadores de contenidos en línea

El Consejo de la Unión Europea ha emitido las “Conclusiones del Consejo sobre el apoyo a los influyentes como creadores de contenidos en línea”, de lo discutido en Bruselas el 13 y 14 de mayo del 2024. El documento pone de manifiesto la relevancia de los influyentes en la actualidad dentro del panorama global, y su impacto modelando las opiniones y comportamientos, especialmente entre los jóvenes. Asimismo, este invita a reflexionar sobre el enfoque legal que debe darse a los mismos.

En este documento, se examinan los impactos que pueden surgir como consecuencia de la actividad en línea de los influyentes. Así, se señala que, por un lado, su actividad puede ser útil para la promoción de la diversidad o el desarrollo personal, pero, por otro lado, existen riesgos asociados a los mismos como la difusión de información errónea y el fomento de prácticas nocivas. Asimismo, el Consejo lleva a cabo un repaso de las regulaciones que están actualmente en vigor y que resultan de aplicación a la actividad de los influyentes, como la Directiva de Servicios

de Comunicación Audiovisual (en caso de que los Estados Miembros hayan determinado que su actividad se trate de un servicio de comunicación audiovisual), el Reglamento de Servicios Digitales (en la medida en la que los influyentes utilizan plataformas en línea para comunicar su contenido), el Reglamento de Inteligencia Artificial (y el sistema de notificaciones en caso de utilizar inteligencia artificial y otras prohibiciones aparejadas al mismo), la normativa aplicable a consumidores y usuarios, el Reglamento sobre la transparencia y segmentación de la publicidad política, o la normativa aplicable en materia de protección de datos, entre otros.

Finalmente, se solicita la cooperación entre Estados Miembros a estudiar la creciente actividad de los influyentes y las posibles vías para garantizar sus buenas prácticas, el diálogo con los mismos y su entendimiento de la regulación aplicable. Del mismo modo, se invita a la Comisión Europea a, entre otros, fomentar mecanismos de autorregulación, y dar encaje a los influyentes en la normativa aplicable como el Influencer Hub o la Estrategia BIK+.

Iratxe Arrigain García

Para más información, contacte con los siguientes letrados del Grupo de Propiedad Intelectual:

Jesús Muñoz-Delgado Mérida

Socio
jmunoz@ga-p.com

Sofía Martínez-Almeida y Alejos-Pita

Socia
smartinez@ga-p.com

Advertencia legal: Este boletín sólo contiene información general y no se refiere a un supuesto en particular. Su contenido no se puede considerar en ningún caso recomendación o asesoramiento legal sobre cuestión alguna.

© Gómez-Acebo & Pombo Abogados, 2024. Todos los derechos reservados.