



Procedimiento N°: A/00198/2015

RESOLUCIÓN: R/02427/2015

En el procedimiento A/00198/2015, instruido por la Agencia Española de Protección de Datos a la **ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL)**, vista la denuncia presentada por D. **B.B.B.** y en virtud de los siguientes,

ANTECEDENTES

PRIMERO: Con fecha de 31 de marzo de 2015 tiene entrada en esta Agencia, denuncia interpuesta por D. **B.B.B.**, (en adelante el denunciante) manifestando que no ha autorizado o solicitado el envío de correos electrónicos comerciales de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (en lo sucesivo AUTOCONTROL) y que el día 4 de febrero de 2015 en la dirección de correo **C.C.C.** recibió correo comercial no solicitado de AUTOCONTROL.

El denunciante aporta las cabeceras completas del correo electrónico aportado en el escrito de denuncia.

SEGUNDO: A la vista de los hechos denunciados, en fase de actuaciones previas, se solicita información a AUTOCONTROL, teniendo conocimiento de los siguientes hechos:

a) El denunciante recibió en su cuenta de correo **C.C.C.** el correo electrónico cuyas características se listan a continuación.

Cuenta origen	IP origen	Fecha	Hora
Boletin...l@....	***IP.1	4/2/2015	12:39

El citado correo contenía información comercial referente a servicios de formación de AUTOCONTROL. Así mismo disponía de información sobre cómo solicitar la baja de la lista de destinatarios en forma de enlace "**DARSE DE BAJA**"

b) El dominio "autocontrol.es" está registrado a nombre de "Autocontrol Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial."

c) AUTOCONTROL remitió escrito en el que manifiesta, en referencia al envío del correo electrónico en cuestión que:

1.1. En cuanto a la acreditación documental del consentimiento otorgado por el titular de la dirección de correo electrónico **C.C.C.** para la remisión de la comunicación comercial aportada en la Solicitud de Información, manifiestan que no disponen de dicha acreditación documental.

1.2. En cuanto al origen de la cuenta de correo mencionada aportan impresión de

pantalla del listado de profesores y direcciones de correo electrónico alojado dentro del portal electrónico de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, donde figura el dato mencionado.

1.3. En cuanto a la existencia de una relación contractual o de algún tipo con el titular de la referida dirección de correo, manifiestan que no existe ninguna relación formal entre las partes.

1.4. Aportan copia del e-mail enviado por el titular de la cuenta de correo mencionada a AUTOCONTROL el día 4 de febrero de 2015 a las 15.31 h, solicitando acreditación de autorización y consentimiento para el tratamiento de sus datos personales y el envío de comunicaciones comerciales.

Aportan copia del e-mail enviado por AUTOCONTROL al titular de la cuenta de correo **C.C.C.** (en respuesta a su e-mail), el 4 de febrero de 2015 a las 18:21 h atendiendo a su solicitud e informando que su dato de e-mail iba a ser dado de baja con fecha 4 de febrero de 2015, la procedencia del dato, la ausencia de interés comercial en la comunicación y que no iba a volver a recibir comunicación alguna por parte de AUTOCONTROL.

TERCERO: Con fecha 16 de julio de 2015, el Director de la Agencia Española de Protección de Datos acordó someter a trámite de audiencia previa el presente procedimiento de apercibimiento A/00198/2015, con arreglo a lo dispuesto en el artículo 39 bis 2 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico (en lo sucesivo, LSSI), tras la modificación realizada por la Ley 9/2014, de 9 de mayo, de Telecomunicaciones, (BOE nº 114 de fecha 10 de mayo de 2014), en lo que se refiere a la tipificación de las infracciones, la moderación y graduación de las sanciones. En relación a la denuncia por infracción de su artículo 21.1, tipificada como leve en el artículo 38.4.d) de dicha norma. Dicho acuerdo fue notificado al denunciante y al denunciado.

CUARTO: Con fecha 13/08/2015 se recibe en esta Agencia escrito del denunciante personándose en el procedimiento, y en el que comunica entre otros:

*<<...El SPAM constituye un problema desde muy diversos puntos de vista:
intimidación*

naturaleza engañosa y fraudulenta del SPAM

carácter perturbador de los SPAM pornográficos

pérdida de tiempo (vaciado de los buzones de correo electrónico) y coste financiero al usuario (adquisición de programas de filtrado)

costes considerables para las empresas debido a que sus servicios informáticos deben dedicar cada vez más tiempo y dinero a intentar solucionar el problema. El tiempo dedicado a vaciar los buzones supone también una pérdida de eficacia y productividad en el trabajo. Este fenómeno ocasiona, además, costes indirectos por la no recepción de determinados mensajes por obra de las técnicas de filtrado de SPAM actuales. Se ha calculado que, en 2002, el SPAM costó a las empresas europeas 2.500 millones de euros solamente en pérdidas de productividad".

SEXTA.PREVARICACIÓN.

Dado que esta parte considera, en base a todo lo expuesto en este escrito, que el Director de la Agencia Española de Protección de Datos y el funcionario público que ha propuesto este acuerdo de audiencia previa al apercibimiento, han dictado este acto a sabiendas de su injusticia, proponiendo una resolución arbitraria en un asunto administrativo que evitará que se sancione la infracción cometida por la denunciada, esta parte va a presentar inmediatamente una querella criminal contra D. A.A.A. y contra el funcionario proponente de este acuerdo, por vulneración del art. 404 de la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal...>>

QUINTO: Con fecha 9/09/2015 se recibe escrito de alegaciones del denunciado comunicando que: <<...AUTOCONTROL, en todo momento, actuó con el pleno convencimiento de que obraba conforme a la legislación vigente, en particular, entendiendo que el dato del correo electrónico del denunciante era un dato obtenido de una fuente accesible al público, puesto que el acceso al listado donde figura esta dirección de correo electrónico es libre y gratuito, es decir, se obtiene con la mera navegación por el sitio web de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (<http://www.....pdf>).

SEGUNDA.- Como ya se expuso durante la respuesta en fecha 12 de junio de 2015 a la Solicitud de Información E/02765/2015, desde AUTOCONTROL entendíamos que la comunicación realizada no tenía naturaleza comercial.

En efecto, AUTOCONTROL, siendo una asociación sin ánimo de lucro, que gestiona el sistema español de autorregulación publicitaria, edita una Revista mensual de carácter científico que contiene información sobre cuestiones legales y deontológicas en materia publicitaria relativa a novedades legislativas, jurisprudencia, doctrina, resoluciones de su Jurado de la Publicidad ante controversias sobre licitud de concretos anuncios y, eventualmente, también se incluye información sobre otras actividades de la asociación. Esa Revista, en su versión digital, se distribuye de manera gratuita, entre otros, en ámbitos universitarios, atendiendo al interés que su contenido puede tener entre docentes e investigadores tanto del ámbito jurídico (civil/mercantil/administrativo) como del ámbito de la publicidad. Específicamente, el envío objeto de esta denuncia (realizado en una única ocasión y sin carácter comercial) tenía por finalidad la de mostrar esa revista digital por si era de interés del destinatario; obviamente, en el envío se ofrecía, entre otros derechos ARCO, la posibilidad de darse de baja y rechazar nuestras comunicaciones.

TERCERA.- Que, en todo caso, en cuanto el ahora denunciante se puso en contacto con nosotros, adjuntado la comunicación con cuyo envío, a su juicio, se había producido una vulneración de la normativa vigente, y ante el mero hecho de que se suscitase la duda de que nuestra conducta pudiera no ser conforme a la legislación vigente, AUTOCONTROL actuó con la máxima diligencia, procediendo a la adopción de todas las medidas necesarias para evitar que esa eventual infracción, de serlo, pudiera reiterarse en el futuro. En consecuencia procedió, con carácter inmediato, al borrado de todos los datos obrantes en poder de AUTOCONTROL, asegurando con ello, a su vez, que no se vuelva a realizar ningún envío en el futuro.

CUARTA.- Por lo demás, consideramos que deben tomarse en consideración las siguientes alegaciones:

- 1. Que sin perjuicio de la incomodidad que se haya podido causar al denunciante, a raíz de los hechos indicados, en ningún caso se derivaron, de los mismos, daños irreparables ni lesión a los derechos reconocidos al denunciante.*
- 2. Que el volumen de los datos objeto de tratamiento ha sido ínfimo.*
- 3. Que AUTOCONTROL no ha sido sancionada nunca anteriormente por la AEPD debido a una infracción de la normativa de protección de datos de carácter personal ni de servicios de la sociedad de la información.*
- 4. Que el volumen de negocio generado por esta acción ha sido nulo para AUTOCONTROL, por lo que AUTOCONTROL no ha obtenido ningún lucro con este tratamiento de datos.*
- 5. Que AUTOCONTROL adoptará todas las medidas necesarias para asegurar que la promoción de actividades de la Asociación que se lleve a cabo en el futuro sea totalmente compatible con la legislación vigente...>>*

HECHOS PROBADOS

PRIMERO: Con fecha de 31 de marzo de 2015 tiene entrada en esta Agencia, denuncia interpuesta por el denunciante manifestando que no ha autorizado o solicitado el envío de correos electrónicos comerciales de AUTOCONTROL y que el día 4 de febrero de 2015 en la dirección de correo **C.C.C.** recibió correo comercial no solicitado de AUTOCONTROL (folios 1 a 30).

SEGUNDO: El denunciante recibió en su cuenta de correo **C.C.C.** el correo electrónico cuyas características se listan a continuación.

Cuenta origen	IP origen	Fecha	Hora
Boletin...l@....	***IP.1	4/2/2015	12:39

El citado correo contenía información comercial referente a servicios de formación de AUTOCONTROL. Así mismo disponía de información sobre cómo solicitar la baja de la lista de destinatarios en forma de enlace "**DARSE DE BAJA**" (folios 1 a 30).

TERCERO: AUTOCONTROL ha comunicado que no disponen del consentimiento del denunciante para su remisión. El origen de la cuenta de correo mencionada, es el portal electrónico de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, donde figura el dato mencionado.

Así mismo han informado que: *"...en cuanto el ahora denunciante se puso en*

contacto con nosotros, adjuntado la comunicación con cuyo envío, a su juicio, se había producido una vulneración de la normativa vigente, y ante el mero hecho de que se suscitase la duda de que nuestra conducta pudiera no ser conforme a la legislación vigente (...) procedió, con carácter inmediato, al borrado de todos los datos obrantes en poder de AUTOCONTROL, asegurando con ello, a su vez que no se vuelva a realizar ningún envío en el futuro...” (folios 43 a 60).

CUARTO: Desde la modificación de la LSSI por la LGT en mayo de 2014, se han resuelto en esta Agencia 49 expedientes de procedimiento de Apercibimiento por falta grave o leve de la LSSI. Resoluciones públicas a través de la web: http://www.agpd.es/portalwebAGPD/resoluciones/procedimiento_apercebimiento/procedimiento_apercebimiento_2015/index-ides-idphp.php.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

I

El segundo párrafo del artículo 43.1 de la vigente LSSI establece que *“igualmente, corresponderá a la Agencia de Protección de Datos la imposición de sanciones por la comisión de las infracciones tipificadas en los artículos 38.3.c), d) e i) y 38.4.d), g) y h) de esta Ley”*; otorgando por tanto a la Agencia Española de Protección de Datos la facultad para imponer sanciones por la comisión de la infracción del artículo 21 de la citada Ley, o, en su caso, apercibir al sujeto responsable en la forma prevista en el nuevo artículo 39 bis 2 de dicha norma.

II

Actualmente se denomina *“spam”* a todo tipo de comunicación no solicitada, realizada por vía electrónica. De este modo se entiende por *“spam”* cualquier mensaje no solicitado y que, normalmente, tiene el fin de ofertar, comercializar o tratar de despertar el interés respecto de un producto, servicio o empresa. Aunque se puede hacer por distintas vías, la más utilizada es el correo electrónico.

Esta conducta es particularmente grave cuando se realiza en forma masiva. El envío de mensajes comerciales sin el consentimiento previo está prohibido por la legislación española.

El bajo coste de los envíos de correos electrónicos vía Internet o mediante telefonía móvil (SMS y MMS), su posible anonimato, la velocidad con que llega a los destinatarios y las posibilidades que ofrece en cuanto al volumen de las transmisiones, han permitido que esta práctica se realice de forma abusiva e indiscriminada.

La LSSI, en su artículo 21.1, prohíbe de forma expresa *“el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas”*. Es decir, se

desautorizan las comunicaciones comerciales dirigidas a la promoción directa o indirecta de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, sin consentimiento expreso del destinatario, si bien esta prohibición encuentra su excepción en apartado 2 del citado artículo 21, que autoriza el envío de comunicaciones comerciales cuando *“exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de su propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el cliente”*. De este modo, el envío de comunicaciones comerciales no solicitadas, fuera del supuesto excepcional del artículo 21.2 de la LSSI, puede constituir una infracción leve o grave de la LSSI.

El artículo 19, apartado 2, de la LSSI preceptúa que *“En todo caso, será de aplicación la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y su normativa de desarrollo, en especial, en lo que se refiere a la obtención de datos personales, la información a los interesados y la creación y mantenimiento de ficheros de datos personales”*.

Por tanto, en relación con el consentimiento del destinatario para el tratamiento de sus datos con la finalidad de enviarle comunicaciones comerciales por vía electrónica, es preciso considerar lo dispuesto en la normativa de protección de datos y, en concreto, en el artículo 3.h) de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (en lo sucesivo LOPD) que define el *“consentimiento del interesado”* como: *“toda manifestación de voluntad, libre, inequívoca, específica e informada, mediante la que el interesado consienta el tratamiento de datos personales que le conciernen”*.

Asimismo resulta aplicable lo previsto en el artículo 45.1.b) del Reglamento de desarrollo de la LOPD, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, que señala que cuando los datos se destinen a publicidad y prospección comercial los interesados a quienes se les solicite su consentimiento deberán ser informados *“sobre los sectores específicos y concretos de actividad respecto de los que podrá recibir información o publicidad”*

Así las cosas, de acuerdo con dichas normas, el consentimiento, además de previo, específico e inequívoco, deberá ser informado. Y esta información deberá ser plena y exacta acerca del sector de actividad del que puede recibir publicidad, con advertencia sobre el derecho a denegar o retirar el consentimiento. Esta información así configurada debe tomarse como un presupuesto necesario para otorgar validez a la manifestación de voluntad del afectado.

El artículo 3.f) de la LOPD define como: *“Fuentes accesibles al público: aquellos ficheros cuya consulta puede ser realizada, por cualquier persona, no impedida por una norma limitativa o sin más exigencia que, en su caso, el abono de una contraprestación. Tienen la consideración de fuentes de acceso público, exclusivamente, el censo promocional, los repertorios telefónicos en los términos previstos por su normativa específica y las listas de personas pertenecientes a grupos de profesionales que contengan únicamente los datos de nombre, título, profesión, actividad, grado académico, dirección e indicación de su pertenencia al grupo. Asimismo, tienen el carácter de fuentes de acceso público los diarios y boletines*

oficiales y los medios de comunicación.”

III

Como ya se ha señalado, la LSSI prohíbe las comunicaciones comerciales no solicitadas o expresamente autorizadas, partiendo de un concepto de comunicación comercial que se califica como servicio de la sociedad de la información y que se define en su Anexo de la siguiente manera:

“f) Comunicación comercial»: toda forma de comunicación dirigida a la promoción, directa o indirecta, de la imagen o de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.

A efectos de esta Ley, no tendrán la consideración de comunicación comercial los datos que permitan acceder directamente a la actividad de una persona, empresa u organización, tales como el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico, ni las comunicaciones relativas a los bienes, los servicios o la imagen que se ofrezca cuando sean elaboradas por un tercero y sin contraprestación económica”.

El concepto de comunicación comercial, de acuerdo con la definición recogida en el Anexo f), párrafo primero de la LSSI, engloba todas las formas de comunicaciones destinadas a promocionar directa o indirectamente bienes, servicios o la imagen de una empresa, organización o persona con una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.

Por otro lado, la LSSI en su Anexo a) define “Servicio de la Sociedad de la Información” como “todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario

El concepto de servicio de la sociedad de la información comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicios”.

Añade el referido apartado que el envío de comunicaciones comerciales es un servicio de la sociedad de la información, siempre que represente una actividad económica.

Según el apartado d) del citado Anexo, destinatario es la “persona física o jurídica que utiliza, sea o no por motivos profesionales, un servicio de la sociedad de la información”

De lo anterior se deduce que, cuando la comunicación comercial no reúne los requisitos que requiere el concepto de Servicios de la Sociedad de la Información, pierde el carácter de comunicación comercial. En este sentido el párrafo segundo del Anexo f) de la LSSI señala dos supuestos, que no tendrán, a los efectos de esta Ley, la consideración de comunicación comercial. Por un lado, los datos que permitan acceder directamente a la actividad de una persona, empresa u organización, tales como el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico, y, por otro, las comunicaciones

relativas a los bienes, los servicios o la imagen que se ofrezca cuando sean elaboradas por un tercero y sin contraprestación económica.

IV

Descrito el marco normativo aplicable a las comunicaciones comerciales remitidas a través de medios electrónicos, se debe destacar que la LSSI dispone en su artículo 21 lo siguiente: *“1. Queda prohibido el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas.*

2. Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación cuando exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de su propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el cliente.

En todo caso, el prestador deberá ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos con fines promocionales mediante un procedimiento sencillo y gratuito, tanto en el momento de recogida de los datos como en cada una de las comunicaciones comerciales que le dirija.

Cuando las comunicaciones hubieran sido remitidas por correo electrónico, dicho medio deberá consistir necesariamente en la inclusión de una dirección de correo electrónico u otra dirección electrónica válida donde pueda ejercitarse este derecho, quedando prohibido el envío de comunicaciones que no incluyan dicha dirección.”

En el presente supuesto, ha quedado acreditado que el denunciado remitió una comunicación comercial por medios electrónicos sin los requisitos que el art. 21.1 de la LSSI señala, ya que el denunciado no ha podido acreditar la autorización previa y expresa del receptor, así como la existencia de una relación comercial previa. Todo ello constituye la infracción del art. 21.1 de la LSSI.

V

El artículo 38.4 d) de la LSSI considera infracción leve: *El envío de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21 y no constituya infracción grave.*

En el presente caso el denunciado ha remitido una comunicación electrónica que vulnera lo dispuesto en el art. 21 de la LSSI, considerándose infracción leve.

VI

El artículo 39 bis de la LSSI, bajo el epígrafe *“Moderación de las sanciones”*,

estipula lo siguiente:

“1. El órgano sancionador establecerá la cuantía de la sanción aplicando la escala relativa a la clase de infracciones que preceda inmediatamente en gravedad a aquella en que se integra la considerada en el caso de que se trate, en los siguientes supuestos:

a) Cuando se aprecie una cualificada disminución de la culpabilidad del imputado o de la antijuridicidad del hecho como consecuencia de la concurrencia significativa de varios de los criterios enunciados en el artículo 40.

b) Cuando la entidad infractora haya regularizado la situación irregular de forma diligente.

c) Cuando pueda apreciarse que la conducta del afectado ha podido inducir a la comisión de la infracción.

d) Cuando el infractor haya reconocido espontáneamente su culpabilidad.

e) Cuando se haya producido un proceso de fusión por absorción y la infracción fuese anterior a dicho proceso, no siendo imputable a la entidad absorbente.

2. Los órganos con competencia sancionadora, atendida la naturaleza de los hechos y la concurrencia significativa de los criterios establecidos en el apartado anterior, podrán acordar no iniciar la apertura del procedimiento sancionador y, en su lugar, apercibir al sujeto responsable, a fin de que en el plazo que el órgano sancionador determine, acredite la adopción de las medidas correctoras que, en cada caso, resulten pertinentes, siempre que concurren los siguientes presupuestos:

a) Que los hechos fuesen constitutivos de infracción leve o grave conforme a lo dispuesto en esta Ley.

b) Que el órgano competente no hubiese sancionado o apercibido con anterioridad al infractor como consecuencia de la comisión de infracciones previstas en esta Ley.

Si el apercibimiento no fuera atendido en el plazo que el órgano sancionador hubiera determinado, procederá la apertura del correspondiente procedimiento sancionador por dicho incumplimiento.”

En el presente supuesto se cumplen los requisitos recogidos en las letras a) y b) del citado apartado 2 del artículo 39 bis. Junto a ello se constata una cualificada disminución de la culpabilidad del imputado teniendo en cuenta que la infracción se refiere a la remisión de una única comunicación comercial y que concurren de forma significativa las circunstancias de ausencia de intencionalidad y falta de constancia de los beneficios obtenidos por la comisión de la infracción.

VII

Por otro lado, debe analizarse en el presente caso la circunstancia de que el apercibimiento que correspondería de acuerdo con el art. 39 bis 2 LSSI, no tendría aparejado requerimiento o medida alguna a adoptar por el denunciado, pues ha comunicado a esta Agencia que ha eliminado la dirección de correo del denunciante de

su lista de distribución, sin que se pueda requerir una medida ya adoptada que evite el envío de las comunicaciones comerciales por medios electrónicos, procedería el archivo de las actuaciones.

En este sentido conviene traer a colación lo dispuesto en las Sentencias de la Audiencia Nacional 455/2011 de fecha 29/11/2013 y 166/2013 de fecha 10/06/2014 que señalan que la figura del Apercibimiento tiene que llevar aparejada medidas concretas para el sujeto apercibido, ya que de otro modo se otorgaría al apercibimiento una suerte de naturaleza sancionadora, y nos hallaríamos ante la imposición de una sanción no prevista en la LSSI vulnerando los artículos 127 y 129 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

En conclusión, la actuación administrativa procedente en Derecho es el archivo de las actuaciones, sin practicar apercibimiento o requerimiento alguno a la entidad denunciada, pues así se deduce de la correcta interpretación del artículo 39 bis 2 de la LSSI, atendida su interpretación sistemática y teleológica.

De acuerdo con lo señalado,

Por la Directora de la Agencia Española de Protección de Datos,

SE ACUERDA:

PRIMERO.- ARCHIVAR EL PROCEDIMIENTO (A/00198/2015) a la ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL) con arreglo a lo dispuesto en el artículo 39 bis, apartado 2 de la LSSI, con relación a la denuncia por infracción el artículo 21.1 de la LSSI, tipificada como leve en el artículo 38.4.d) de la citada norma.

SEGUNDO: NOTIFICAR el presente Acuerdo a la **ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL)**.

TERCERO: NOTIFICAR el presente Acuerdo a D. **B.B.B.**

Contra esta resolución, que pone fin a la vía administrativa (artículo 48.2 de la LOPD), y de conformidad con lo establecido en el artículo 116 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, los interesados podrán interponer, potestativamente, recurso de reposición ante el Director de la Agencia Española de Protección de Datos en el plazo de un mes a contar desde el día siguiente a la notificación de esta resolución, o, directamente recurso contencioso administrativo ante la Sala de lo Contencioso-administrativo de la Audiencia Nacional, con arreglo a lo dispuesto en el artículo 25 y en el apartado 5 de la disposición adicional cuarta de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente a la notificación de esta acto, según lo previsto en el artículo 46.1 del referido texto legal.



De conformidad con lo establecido en el apartado 2 del artículo 37 de la LOPD, en la redacción dada por el artículo 82 de la Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de medidas fiscales, administrativas y del orden social, la presente Resolución se hará pública, una vez haya sido notificada a los interesados. La publicación se realizará conforme a lo previsto en la Instrucción 1/2004, de 22 de diciembre, de la Agencia Española de Protección de Datos sobre publicación de sus Resoluciones y con arreglo a lo dispuesto en el artículo 116 del Real Decreto 1720/2007, de 21 diciembre, por el que se aprueba el reglamento de desarrollo de la LOPD.

Mar España Martí
Directora de la Agencia Española de Protección de Datos