

Códigos Tipo

1. Introducción

El artículo 32 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter personal (LOPD), prevé la posibilidad de formular códigos tipo a los responsables de ficheros, a través de acuerdos sectoriales o mediante decisiones de empresa o convenios administrativos, en los que se establezcan:

- Condiciones de organización.
- Régimen de funcionamiento.
- Procedimientos aplicables.
- Normas de seguridad del entorno, programas o equipos.
- Obligaciones de los implicados en el tratamiento y uso de la información personal.
- Garantías para el ejercicio de los derechos de las personas todo ello, con pleno respeto a los principios y disposiciones de la Ley y sus normas de desarrollo.
- Medidas a adoptar por el incumplimiento del código.

Este precepto de la LOPD corresponde a la trasposición del art. 27 de la Directiva, cuyo apartado 1 hace referencia a que «los Estados miembros y la Comisión alentarán la elaboración de códigos de conducta destinados a contribuir, en función de las peculiaridades de cada sector, a la correcta aplicación de las disposiciones nacionales adoptadas por los Estados miembros en aplicación de la presente Directiva». Por su parte, el apartado 2 del mismo precepto reitera esta configuración sectorial de los códigos tipo en la regulación comunitaria, al referirse únicamente a las «asociaciones profesionales» y a «las demás organizaciones representantes de otras categorías de responsables de tratamientos», como sujetos habilitados para adoptarlos.

Con el desarrollo de los códigos de conducta se pretende facilitar a las personas la posibilidad de ejercitar un control real de su esfera personal frente al avance de la tecnología, prevaleciendo el derecho fundamental a controlar y proteger su esfera privada.

Los códigos tipo tienen un papel fundamental para encontrar el equilibrio entre la aplicación de las nuevas tecnologías y el control de la privacidad, instrumentando la autorregulación a través de acuerdos y códigos privados, estándares de privacidad y sellos de garantía.

Estos códigos tienen el carácter de códigos deontológicos o de buena práctica profesional, y deben ser depositados en el RGPD, donde se procederá a su inscripción, siempre que se ajusten a las disposiciones legales y reglamentarias sobre la materia, o se denegará, en caso contrario. En este último supuesto, previamente, los solicitantes son requeridos para que efectúen las correcciones necesarias.

El objeto de la inscripción de los códigos tipo en el RGPD es el de darles publicidad, para ello, cualquier particular puede obtener una copia gratuita de ellos dirigiéndose al RGPD. En esta materia la Agencia desea impulsar al máximo la elaboración de códigos tipo en aquellos sectores en los que puedan tener mayor relevancia, debido a factores tales como: singularidad del sector, sensibilidad de los datos tratados, población afectada, tecnologías utilizadas en el tratamiento de los datos, etc., en aras de facilitar el cumplimiento de la LOPD y ampliar las garantías ofrecidas al ciudadano en la protección de sus derechos. Para ello, la APD tiene como objetivo prioritario para los próximos años impulsar y colaborar en el desarrollo de nuevos códigos de conducta.

2. Códigos Tipo Tramitados en 2002

Durante 2002 se ha podido constatar en la Agencia un creciente interés en el desarrollo de nuevos códigos de conducta, y en este sentido, además de las actividades propias de la tramitación de los códigos tipo presentados se ha informado, tanto a través del teléfono como por escrito o mediante reuniones, a todas las personas que lo han solicitado.

De los códigos tipo tramitados en 2002, dos habían sido presentados en 2001, el Código Tipo de los profesionales del Colegio de Odontólogos y Estomatólogos de Cataluña y el Código de conducta APTICE para el comercio y el gobierno electrónicos, presentado por la Asociación para la Promoción de las Tecnologías de la Información y el Comercio Electrónico (APTICE).

Estos códigos no se inscribieron por no haberse aportado la documentación que acreditara representación suficiente, tanto del Colegio como de APTICE, por parte de las personas que presentaron las solicitudes.

Por otra parte, a lo largo de 2002, se presentaron otras cuatro solicitudes de códigos tipo. De nuevo, el Colegio de Odontólogos y Estomatólogos de Cataluña presentó un Proyecto de Código Tipo de los Profesionales de la Odontología y de la Estomatología de España. En este caso, también se denegó la inscripción al considerar que el Colegio de Cataluña no tiene competencia para extender el ámbito de aplicación del Código a todo el territorio español. En ambos casos, este código no se ha tramitado por no ajustarse a los requisitos formales

de presentación. Por otra parte, se han mantenido diversas reuniones con sus representantes para informarles de los aspectos que deben desarrollarse en un código.

La Asociación Catalana de Recursos Asistenciales (ACRA) presentó un proyecto denominado Código Tipo de ACRA, que no llegó a tramitarse debido a que con posterioridad se comunicó el desistimiento y por lo tanto no se llegó a tramitar su inscripción.

Para ambos proyectos, se han mantenido reuniones informativas con sus representantes y se ha puesto de manifiesto el interés demostrado por la elaboración de códigos tipo, por lo que es probable que en el ejercicio en curso puedan presentarse nuevos borradores que podrían dar lugar a la inscripción de los mismos.

El Código tipo de la Unión Catalana de Hospitales (UCH), y el Código ético sobre comercio electrónico y publicidad interactiva, de la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE), AUTOCONTROL e IAB Spain han sido los códigos presentados e inscritos durante 2002.

Por otra parte, junto con la inscripción de este último se produjo la supresión de las inscripciones del Código ético de comercio electrónico y marketing directo y el Código de Autocontrol de la Publicidad, ya que el nuevo código complementaba y sustituía a los anteriores.

Código Tipo de la Unión Catalana de Hospitales

El código de la UCH ha sido desarrollado con el objeto de definir una política de seguridad en el tratamiento de los datos personales de salud, dada su naturaleza de datos especialmente protegidos, y siendo conscientes de la conveniencia de establecer unas normas de conducta entre sus asociados que permitan la aplicación concreta de la legislación sobre protección de datos, como garantía para las personas afectadas por el tratamiento de sus datos. Para ello, se han establecido en el Código los criterios y condiciones que han de permitir la construcción de un corpus de buenas prácticas entre sus asociados, dirigidas directamente a garantizar, en el campo del tratamiento de datos concernientes a la salud de las personas afectadas, unos estándares de referencia en estricto cumplimiento de la Ley.

Dado el ámbito de especialización que diferencia a las organizaciones adheridas al Código, éste ha sido creado para convertirse en un documento ágil y eficaz, referencia para el sector sanitario, socio-sanitario y social, relativo a los datos de carácter personal, especialmente los concernientes a la salud de las personas, tratados en los denominados genéricamente ficheros de pacientes o historias clínicas.

Su principal objetivo es que los asociados al código tipo preserven la privacidad de las personas físicas y garanticen la autodeterminación informativa de los usuarios.

El código es de aplicación al tratamiento de datos de carácter personal contenidos en los ficheros de historias clínicas de los pacientes (en adelante, ficheros de pacientes), sea cual sea su soporte y modalidad de tratamiento, es decir, tanto ficheros informatizados o en soporte magnético, como ficheros convencionales no automatizados.

El código es fruto de un acuerdo de la Junta Directiva de la UCH de fecha 25 de abril de 2002, en la que se aprobó el texto del Código, refrendado por unanimidad en la Asamblea de asociados de la UCH de fecha 29 de abril de 2002.

La adhesión al código en ningún caso modifica el régimen de obligaciones establecido por la LOPD y resto de normativa legal vigente en materia de protección de datos. Por ello, los adheridos al código previamente cumplirán todas las obligaciones legales establecidas, con especial consideración las que se refieren a la notificación al RGPD de los ficheros existentes y la aplicación de las medidas de seguridad correspondientes, según el Reglamento de Seguridad.

El código garantiza la aplicación de los principios de protección de los datos contenidos en los ficheros de pacientes en los términos establecidos por la LOPD, así como las obligaciones del responsable en relación con los derechos de los afectados.

Nunca se tratarán datos con finalidades incompatibles a las que motivaron su recogida, aunque no es incompatible la finalidad posterior de carácter científico y/o histórico, siempre que los datos utilizados sean anónimos. Si se utilizasen datos para la realización de ensayos clínicos o proyectos de investigación, los correspondientes protocolos deberán prever mecanismos que permitan la disociación de los mismos con respecto a la identidad de los titulares. En todo caso, se incorporará la siguiente cláusula en los contratos entre el centro y el promotor del ensayo clínico:

«El promotor del presente ensayo clínico garantiza que el protocolo del mismo establece los mecanismos que permiten la disociación de los datos de carácter personal contenidos en el fichero de pacientes en relación a los sujetos que participan en el ensayo. En cualquier caso se obliga al promotor a cumplir y hacer cumplir las prescripciones establecidas en la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de Diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal en todo lo que haga referencia a los datos de dicha índole que sean utilizados en el desarrollo del ensayo.»

El deber de información en la recogida de los datos al que hace referencia el art. 5 de la LOPD se formalizará mediante un documento informativo en el que se indica:

- Identificación del responsable del fichero y su domicilio.
- El nombre el fichero o tratamiento al que se destinan los datos recabados.
- Se informa de que la única finalidad del fichero es la del tratamiento médico sanitario.
- Destinatario/s de la información incluyendo, en su caso, la entidad concertada para la prestación de servicios médico-sanitarios del afectado, a efectos del pago de los costes correspondientes a la prestación recibida.

Se informa de la posibilidad de ejercitar los derechos de oposición, acceso, rectificación y cancelación reconocidos por la LOPD. El responsable del fichero cuidará de que se faciliten a los interesados el ejercicio de estos derechos mediante los modelos de solicitudes correspondientes, que se adjuntan al código tipo y que se entregarán al interesado con constancia de su recepción.

Cada entidad adherida es responsable de acreditar el cumplimiento de la obligación de informar, utilizando cualquier medio jurídicamente hábil a tal fin, entendiéndose acreditado el cumplimiento mediante la custodia de un ejemplar del documento de información firmado por el usuario.

También se informará mediante la ubicación de paneles informativos en las áreas de admisiones y salas de espera de los centros.

Se garantiza la aplicación de medidas de seguridad organizativas y técnicas calificadas de nivel alto en el Reglamento de Seguridad para los ficheros automatizados de historias clínicas.

Por otra parte, como valor añadido, el código tipo presenta la obligación, por parte de las entidades adheridas, de adoptar una serie de medidas de seguridad, en relación con el uso y custodia de la historia clínica no automatizada para garantizar plenamente el derecho del paciente a su intimidad personal y el deber de guardar secreto para quien, en virtud de sus competencias, tenga acceso a la historia clínica.

Estos criterios serán incorporados al documento de seguridad de cada entidad adherida. En el caso de que, debidamente justificados, no pudieran ser implantados en la entidad, ésta establecerá medidas o criterios alternativos adecuados a las circunstancias de la entidad afectada.

Respecto a los ficheros de Historias Clínicas no automatizados, con el fin de garantizar unas medidas de seguridad adecuadas que permitan la protección de los derechos de los usuarios afectados, en tanto no se produzca un desarrollo reglamentario al respecto, el Código Tipo establece las fórmulas y mecanismos siguientes:

- Cada Historia Clínica ha de estar identificada por un número único para cada paciente de la entidad adherida y en ella se recogerá toda la información integrada y acumulativa relativa al curso clínico del paciente, incluyendo el acuse de recibo de que se ha facilitado al paciente la hoja de información en relación a sus derechos sobre los datos personales contenidos en la historia.
- Las Historias Clínicas se custodiarán en un archivo único, que contará con medidas de seguridad física apropiadas, pudiendo constituirse un archivo pasivo diferenciado, en el que se ubicarán las historias correspondientes a pacientes sin contacto con el centro durante un determinado periodo.
- En el caso de que este archivo pasivo se encuentre fuera de las dependencias del centro y gestionado por una empresa externa, deberá ser formalizado por escrito un contrato que regule expresamente el deber de confidencialidad del depositario de las Historias Clínicas, así como también el resto de obligaciones como encargado del tratamiento.
- En cada centro se establece un responsable de archivo de HC, que deberá velar por el adecuado cumplimiento de los sistemas de archivo, control e información, que deberán ser adecuados a las características y dimensiones del centro.
- Se establecen normas de acceso al archivo físico de Historias Clínicas, y los movimientos efectuados sobre las historias se reflejarán en un libro de registro mediante la anotación del motivo que origina la petición, fecha de entrega y fecha de devolución de la historia, de forma que sea posible su seguimiento. Durante la salida de la historia deberán establecerse medidas de seguridad mínimas que permitan restringir el acceso a personas no autorizadas.
- En ningún caso se permitirá la salida de una historia clínica de las dependencias del centro durante el periodo en que se ha hecho una petición por motivos asistenciales, docentes o de investigación.
- Si se produjera una petición de HC por personal facultativo ajeno al centro por motivos docentes o de investigación, diferentes del propio proceso asistencial, deberá recabarse previa autorización expresa del paciente, siempre que los datos de la HC no puedan ser entregados en modo disociado.
- Deberán establecerse los circuitos oportunos que permitan al paciente, o su representante legal, ejercer el derecho de acceso a su propia HC. La petición de acceso a la HC deberá ser realizada por escrito y de manera que se acredite la identidad del solicitante.

- El paciente tendrá en cualquier caso acceso a la información que conste en su HC relativa a informes de alta, informes de urgencias, informes de pruebas diagnósticas y exploraciones complementarias, analíticas y similares. Siempre que el profesional no invoque reserva al respecto, podrán entregarse también hojas de curso clínico y documentos similares que contengan apreciaciones subjetivas de los profesionales que han participado en el tratamiento del paciente.
- En ningún caso se entregará documentación original de la HC, debiendo informarse de manera previa al solicitante, del coste que pudiera suponer la obtención de copias de la misma en los casos en que la obtención de la copia tenga un coste extraordinario por el soporte de la misma, ofreciendo si es posible, alternativas al respecto.
- En aquellos casos en que se reciba una solicitud o requerimiento de información clínica procedente de la Administración de Justicia, solicitando la remisión de una HC se recabará la autorización del responsable del centro y únicamente se enviará copia de la documentación en ella contenida. La remisión de la HC se acompañará de un escrito del responsable del centro en el cual se manifieste el deber de confidencialidad de los datos clínicos.
- Las HC únicamente serán canceladas una vez transcurrido el plazo previsto por la normativa vigente (Ley 21/2000 de la Generalitat de Cataluña).

Los profesionales que prestan servicios en las entidades adheridas están sometidos al deber de obligación o deber de secreto profesional en relación con los datos personales contenidos en los ficheros de pacientes, inherente a la condición de profesiones vinculados al proceso asistencial, impuesto por sus propias normas deontológicas. No obstante, los responsables de los ficheros o tratamientos adheridos al código se comprometen a recordar esta obligación a sus profesionales.

En relación con el personal no vinculado al proceso asistencial con acceso a los datos de los ficheros de pacientes, la entidad obtendrá la firma de un documento de compromiso relativo al cumplimiento del deber de secreto, que contendrá las advertencias pertinentes en relación con las consecuencias que implicaría su incumplimiento, tanto desde una perspectiva disciplinaria laboral, como del derecho de repetición que la entidad ostenta ante posibles sanciones o indemnizaciones económicas a las que tenga que hacer frente.

UCH consciente de que la asistencia sanitaria, socio-sanitaria y social rara vez se puede llevar a cabo tan solo con los dispositivos y mecanismos propios de entidad responsable del fichero, haciéndose preciso el uso de servicios intermedios sanitarios externos y la realización de técnicas diagnósticas y terapéuticas especializadas, establece en el código tipo las

condiciones en que las entidades adheridas al código pueden encargar la realización de tratamientos de datos con terceros.

Siempre que sea necesario comunicar datos a un tercero encargado del tratamiento que no constituya una cesión de datos, se establecerá un contrato o acuerdo por escrito en el que se haga constar:

- Los datos serán tratados de acuerdo a las instrucciones facilitadas por el responsable.
- Se determinarán específicamente las finalidades para las que el encargado realizará los tratamientos, no pudiendo aplicarlas a ninguna otra finalidad, ni comunicarlos a terceros.
- Se obligará al encargado del tratamiento a implementar las medidas de seguridad pertinentes atendida la naturaleza de los datos de los ficheros de pacientes.
- Se determinará el procedimiento de devolución o destrucción de la información una vez finalizada la prestación contractual o cumplida la obligación legal de conservarlas, en caso de existir.

Estas condiciones se establecerán asimismo cuando la prestación de servicios consista en la gestión documental y el almacenamiento de los ficheros de pacientes en archivos convencionales.

El cumplimiento de las obligaciones establecidas en el código tipo se efectuará por un Comité Directivo creado al efecto en UCH.

Este Comité habilitará mecanismos de asesoramiento a las entidades adheridas, que les permitan resolver dudas y consultas puntuales, y mecanismos de información y consulta para los usuarios y ciudadanos en general a través de la web de UCH.

UCH diseñará un logotipo como símbolo distintivo de las entidades adheridas al código tipo, que se insertará en sus páginas web y en los paneles informativos de los centros adheridos. Por último, este código también prevé la resolución de conflictos mediante un procedimiento de derecho de queja, que resolverá el Comité, y la aplicación de un régimen disciplinario, todo ello sin perjuicio de las posibles reclamaciones que pudieran presentarse en la Agencia de Protección de Datos.

Código Ético sobre Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva

El Código ético sobre comercio electrónico y publicidad interactiva se presentó conjuntamente por las asociaciones AECE, AUTOCONTROL e IAB Spain.

Este Código está promovido por las entidades anteriormente citadas, a las que se han adherido otras asociaciones que desarrollan su actividad en el marco de las comunicaciones comerciales y los nuevos medios electrónicos de comunicación a distancia, y que son las siguientes: Federación Española de Comercio Electrónico y Marketing Directo (FECEMD), la Asociación de Agencias de Marketing Directo e Interactivo (AGEMDI), la Asociación Española de Anunciantes (ANUNCIANTES), la Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP), la Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP), la Asociación de Centrales de Medios (ACM), la Asociación de Medios Publicitarios (AMPE) y la Asociación Multi-sectorial de Empresas Españolas de Electrónica y Comunicaciones (ASIMELEC).

Además, pueden adherirse al mismo otras organizaciones representativas del sector que deseen participar en este sistema de autorregulación.

Por otra parte, este Código ha sido informado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología y el Instituto Nacional de Consumo.

Las entidades promotoras y adheridas al Código Tipo desarrollan su actividad en el marco de las comunicaciones comerciales y los nuevos medios electrónicos de comunicación a distancia.

El desarrollo del código tiene por objeto aportar una solución a los problemas de regulación en este sector, que dada su naturaleza dinámica, y en permanente evolución, conlleva que las posibilidades de obsolescencia normativa sean mayores que en cualquier otro, permitiéndole adaptarse a los cambios.

Asimismo, trata de resolver los interrogantes planteados ante los problemas de aplicación de la regulación legal existente, ante el imprevisible fenómeno planteado por el uso cada vez más amplio de lo que se ha dado en conocer como «nuevas tecnologías», y especialmente Internet.

En los años 1998 y 1999 se habían desarrollado al amparo de la derogada LORTAD e inscrito en el RGPD el Código Ético de Protección de Datos Personales en Internet, y el Código Ético sobre Publicidad en Internet, por AECE y AUTOCONTROL, respectivamente, contando cada uno de ellos con sus propios mecanismos de aplicación.

Por una parte, se hacía necesaria la adaptación de los citados Códigos a la actual LOPD, y por otra, a los avances tecnológicos y legales producidos desde su adopción, tales como la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva de Comercio Electrónico) y la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI).

En este interés, AECE y AUTOCONTROL, decidieron aunar esfuerzos para establecer un sistema de autorregulación integral en el sector, que favorezca tanto a los consumidores como a la industria y la sociedad en general, que además, evite la confusión que podría producir la aparición de diferentes sistemas de autorregulación, que sustituya a los Códigos existentes con anterioridad. Además, a esta iniciativa se une el IAB Spain.

Todas las asociaciones participantes, en reunión conjunta celebrada al efecto en Madrid, el día 28 de octubre de 2002, se comprometieron a promover este Código Tipo entre sus miembros y a darlo a conocer y difundirlo tanto en los distintos sectores empresariales relacionados como en la sociedad española en general, especialmente entre los usuarios de Internet.

El Código establece un conjunto de normas deontológicas, en dos grandes áreas de regulación, como son las comunicaciones comerciales o publicidad y el comercio electrónico, realizados a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, por personas físicas o jurídicas con establecimiento permanente en España o dirigidos de forma específica al mercado español.

El Código considera medios electrónicos de comunicación a distancia y publicidad los determinados por la LSSI.

No se considera publicidad o comunicación comercial, a los efectos del código, los datos que permiten acceder directamente a la actividad de una empresa, organización o persona, y concretamente el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico, en los mismos términos establecidos en la definición de Comunicación comercial de la LSSI.

Sin embargo, los datos de carácter personal, quedan definidos a los efectos del Código como «cualquier información concerniente a personas físicas identificadas o identificables, y entre otros, la dirección personal de correo electrónico y el número de teléfono, siempre que permitan identificar a su titular».

Se establecen principios y reglas de conducta generales, que resultan exigibles a los operadores en sus transacciones con los consumidores para la contratación de bienes y servicios

a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, con el fin de dar adecuada respuesta a la necesidad de mantener altos niveles de protección de sus derechos e intereses, resaltando las áreas de protección de datos personales y protección de los menores.

Respecto de la protección de datos personales, el texto del Código articula en el Título IV –Protección de Datos Personales– las previsiones sobre la materia.

En este Título se establecen los principios y garantías adicionales a la LOPD, que van a ofrecer las entidades adheridas al sistema.

A continuación se recogen las consideraciones de especial relevancia del Código a este respecto.

En la recogida de datos a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, además de la cláusula informativa prevista en el art. 5 de la LOPD, las empresas adheridas a este Código van a ampliar esta información con la inclusión del código o número de inscripción del fichero en el RGPD. Asimismo, van a facilitar los datos de identificación del responsable del tratamiento de los datos, junto con la dirección postal y la dirección de correo electrónico para facilitar la comunicación.

En relación con esta información, a los efectos de este Código y en cumplimiento de la LSSI, cualquier empresa que realice comunicaciones comerciales a través de medios electrónicos de comunicación a distancia, facilitará de forma clara, directa y fácilmente accesible, su nombre o denominación social, su domicilio a efectos legales así como su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.

Las empresas que se anuncian en Internet y que recaban, capturan y tratan datos personales, informarán a los consumidores, mediante un aviso en su *web*, de dicho tratamiento. De tal forma que el consumidor, puede, si lo desea, ejercitar su derecho de oposición tanto en lo que se refiere a la captación de los datos, como a su tratamiento y posible transferencia.

Para garantizar a los titulares de los datos el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, las empresas adheridas ponen a su disposición mecanismos de utilización sencillos, como la dirección de correo postal.

Las empresas adheridas al sistema proveerán a los usuarios de información clara y comprensible sobre la presencia y la finalidad de las «*cookies*» y otros dispositivos o técnicas similares, poniendo a su disposición mecanismos sencillos y gratuitos para informarles sobre cómo desactivarlas. Asimismo, se avisará de forma clara cuándo queda imposibilita-

do el acceso o la utilización de un servicio interactivo por ser necesario el envío e instalación de «*cookies*» y otros dispositivos o técnicas similares en el terminal del usuario.

En el caso de emplearse «*cookies*» u otras técnicas, se utilizarán de forma dissociada y nunca individualizada o relacionada a los datos personales de los usuarios, de forma que la información que se obtenga no pueda asociarse a persona identificada o identificable, salvo que el consumidor haya dado su consentimiento. En el caso de utilizar «*cookies*» o «*pixels*» transparentes u otras técnicas asimilables, se proporcionará a los usuarios información clara y comprensible sobre su objetivo y de su utilización desvinculada de cualquier dato de carácter personal.

Estas condiciones para el tratamiento de las «*cookies*» es extrapolable por analogía a otras técnicas de monitorización de la conducta de los usuarios en su utilización de medios electrónicos de comunicación a distancia.

Las empresas adheridas al Código se comprometen a no utilizar grupos de noticias, tablón de anuncios o foros o charlas para captar datos con finalidad publicitaria, salvo que dicha recogida se ajuste a las normas de obtención de datos establecidas en el presente Código.

También deberán respetar la privacidad de los usuarios, así como asegurar el secreto y seguridad de los datos personales, adoptando para ello las medidas técnicas y organizativas necesarias.

Por último, las empresas adheridas a este Código deberán apoyar iniciativas para ayudar a educar al consumidor sobre cómo proteger su intimidad en los medios electrónicos de comunicación a distancia.

El Código establece un sistema de aplicación de las reglas para resolver bajo los principios de independencia, transparencia, contradicción de las partes, eficacia, legalidad, libertad y representación, las controversias y reclamaciones que se presenten por eventuales incumplimientos de las reglas o normas del Código Tipo. Este sistema se basa en la actividad del Jurado de la Publicidad, dependiente de AUTOCONTROL, a través de un Convenio suscrito con el Instituto Nacional de Consumo, para todas las cuestiones relacionadas con las comunicaciones comerciales, y la Junta Arbitral Nacional de Consumo, para las cuestiones de carácter contractual con los consumidores que se puedan suscitar, previo intento de mediación por parte de AECE. Esta Junta encomienda a un Colegio Arbitral la resolución de las controversias, con el sometimiento voluntario de las dos partes en conflicto, y sus pronunciamientos tienen la eficacia de un laudo arbitral.

Todo ello, sobre la base de lo previsto en los artículos 16 «Códigos de conducta» y 17 «Solución Extrajudicial de litigios» de la Directiva de Comercio Electrónico y la LSSI, y sin perjuici-

cio de las actuaciones que pudieran efectuarse desde la Agencia de Protección de Datos como consecuencia del incumplimiento de la LOPD.

Además, el Código establece una Secretaría que asegurará la adecuada coordinación y eficacia en la tramitación de las reclamaciones que se reciban, impulsando y coordinando el procedimiento ante estos órganos.

Por último, el sistema de autorregulación lleva asociado un sello de confianza que permite identificar las empresas y compañías adheridas al mismo.