

La Lista Robinson de bloqueo publicitario supera el millón de altas en España

20minutos

4-5 minutos

La **Lista Robinson**, un servicio a disposición de los consumidores creado para bloquear y reducir la [publicidad](#) no deseada, ha superado el millón de registros en España.

Si bien este servicio existe en nuestro país desde hace 26 años, el número de altas ha aumentado sobre todo este último año y medio, coincidiendo con la entrada en vigor del **reglamento europeo de protección de datos** y la nueva ley española en esta materia.

En 2017 se dieron de alta casi 60.000 personas, mientras que en 2018 lo hicieron más de 250.000; **en 2019 se espera llegar a unas 280.000**.

Así lo confirma José Luis Zimmerman, director general de la Asociación Española de la Economía Digital o Adigital, que gestiona, con el visto bueno de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), esta Lista Robinson de **exclusión publicitaria no deseada**.

"Esta lista sirve para ejercer el derecho de oposición, recogido en la normativa **de protección de datos**", explica Zimmerman, quien recuerda que este tipo de servicios, ahora en muchos países, nació en EE UU como una pauta de autorregulación de las propias empresas.

El apodo responde al nombre del mítico náufrago literario **Robinson Crusoe**, en referencia al "aislamiento" de la publicidad.

Este servicio, apunta Zimmerman, **no tiene ningún coste para los ciudadanos** y al apuntarse se debe de indicar por qué medios no se quiere recibir información: teléfono, correo postal, correo electrónico o por mensajes de texto (SMS) o multimedia (MMS).

El servicio empieza a ser operativo **dos meses después de la inscripción** y está pensado para evitar que empresas con las que el usuario no ha tenido relación puedan enviar publicidad.

No obstante, señala Zimmerman, la Lista Robinson permite, en el caso del canal telefónico, **revocar un consentimiento previo**, es decir, bloquear a una compañía para que, al menos, no haga llamadas comerciales: "si yo soy cliente por ejemplo de una operadora de telefonía puedo usar la Lista Robinson para que esta no me llame".

De acuerdo a lo establecido en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de derechos digitales de 5 de diciembre del año pasado, una empresa tiene que consultar la Lista Robinson siempre que vaya a realizar **campañas publicitarias** para destinatarios de los que no haya obtenido el consentimiento.

Para estas empresas usuarias de la lista el servicio **no es gratuito**, aunque no todas tienen que abonar una tarifa anual.

Para microempresas y pequeñas empresas que consulten hasta 30.000 registros anuales no tiene coste; a partir de ahí las tarifas van desde los **1.900 euros anuales** a los 5.500 como máximo para compañías que puedan llegar a consultar hasta 600.000 registros de la lista.

Las empresas prestadoras de servicios, es decir, aquellas que consultan la Lista Robinson **en beneficio de terceros** por ejemplo para realizar campañas tienen una tarifa algo más alta, 6.450 euros.

Cuando una empresa tiene que chequear la lista lo hace desde sus dependencias, desde un ordenador propio; descarga una aplicación, incorpora el fichero de ciudadanos a los que les quiere **enviar publicidad** y la Lista Robinson se lo devuelve con un indicador de si ese ciudadano está o no está en este servicio de exclusión publicitaria.

Lo que hace el sistema es adjudicar **códigos alfanuméricos a los nombres** y aquellos que coinciden en uno y otro fichero los elimina.

"Jamás la empresa tiene acceso a los nombres de la Lista Robinson **ni Adigital tiene acceso a los datos de la compañía**", recalca Zimmerman.

¿Y qué hacer si te registras en la Lista Robinson y pasado los dos meses recibes publicidad no deseada? Denunciar ante la **Agencia Española de Protección de Datos**, que hay multas establecidas.