

# Multa a Facebook de 1,2 millones de euros por recopilación de datos

La Agencia Española de Protección de Datos sanciona a la red social por incumplir la normativa vigente sobre el asunto, al constatar que recopila, almacena y utiliza datos de sus usuarios con fines publicitarios.

V. Moreno, Madrid

La agencia Española de Protección de Datos (AEPD) presentó ayer su resolución en el procedimiento iniciado a Facebook en el que ha analizado si los tratamientos de información de los usuarios que realiza la red social se adecuan a la normativa nacional vigente. Tras una exhaustiva investigación, la AEPD ha constatado que existen dos infracciones graves y una muy grave de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) y, por ello, ha decidido imponer a Facebook una sanción de 1,2 millones de euros (300.000 por cada una de las primeras y 600.000, por la segunda).

Según explican desde la AEPD, el organismo ha comprobado que la red social recaba datos sobre ideología, sexo, creencias religiosas, gustos personales o navegación –directamente, mediante la interacción con sus servicios, o desde páginas de terceros–, sin informar de forma clara a los usuarios acerca del uso que se hará con ellos y la finalidad que les dará a los mismos.

En concreto, especifica en una nota la agencia, se ha verificado que la red social “trata



Imagen de la Agencia Española de Protección de Datos.

datos especialmente protegidos con fines de publicidad, entre otros, sin obtener el consentimiento expreso de los usuarios” –es decir, inequívoco, específico e informado– como exige la normativa vigente, lo que, en la LOPD, aparece tipificado como una infracción muy grave.

## No exhaustivo

La AEPD prosigue su explicación sobre la sanción apuntando que Facebook “no informa a los usuarios de forma

exhaustiva y clara sobre los datos que va a recoger y los tratamientos que va a realizar con ellos sino que se limita a dar algunos ejemplos”. En particular, comenta Protección de Datos, la red social recoge otros datos derivados de la interacción que llevan a cabo los usuarios en la plataforma, y en sitios de terceros, sin que estos puedan percibir claramente la información que Facebook recoge sobre ellos ni con qué finalidad la va a utilizar.

Otro asunto que ha provocado esta multa a Facebook tiene que ver con la cancelación de los datos. La AEPD ha constatado que “no elimina la información que recoge a partir de los hábitos de navegación de los usuarios, sino que la retiene y la reutiliza posteriormente asociada al mismo usuario”.

Respecto a este aspecto, el organismo español señala que cuando un usuario de la red social ha eliminado su cuenta y solicita el borrado de la in-

formación, Facebook “capta y trata información durante más de 17 meses a través de una *cookie* de la cuenta eliminada”. Esto significa que los datos de los usuarios no son cancelados en su totalidad, conforme a las exigencias de la LOPD, lo que representa una infracción grave.

Por último, la AEPD también ha verificado que “la política de privacidad de Facebook contiene expresiones genéricas y poco claras”. Por esta razón, “un usuario con un conocimiento medio de las nuevas tecnologías no llega a ser consciente de la recogida de datos, ni de su almacenamiento y posterior tratamiento”, lo que representa otra infracción grave.

## Respuesta de Facebook

Ante esta resolución, la red social emitió una respuesta oficial en la que mostró su “respetuoso desacuerdo” con la AEPD y adelantó que pronto apelará la decisión. “Los usuarios eligen la información que quieren agregar a su perfil y compartir con otros, como su religión. Sin embargo, no utilizamos esta información para orientar anuncios a las personas”, concluye Facebook.

## ‘Cookies’ y páginas con el botón ‘me gusta’

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) destaca otro asunto importante relacionado con las ‘cookies’ en esta resolución. Según explica la institución, los usuarios no son informados de que se va a tratar su información mediante el uso de ‘cookies’ –“algunas de uso específicamente publicitario y alguna de uso declarado secreto por la compañía”– cuando navegan por páginas que no son de Facebook y que contienen el conocido botón de ‘me gusta’ de la red social. La AEPD manifiesta en este caso que “esta situación también se produce cuando los usuarios no son miembros de la red social pero han visitado alguna vez una de sus páginas, así como cuando usuarios que sí están registrados en Facebook navegan por páginas de terceros, incluso sin iniciar sesión en Facebook. En estos casos, la plataforma añade la información recogida en dichas páginas a la que figura asociada a su cuenta en la red social”. Por todo esto, la AEPD entiende que la información facilitada por Facebook no se ajusta a la normativa.