



Procedimiento Nº PS/00082/2017

RESOLUCIÓN: R/01870/2017

En el procedimiento sancionador PS/00082/2017, instruido de oficio por la Agencia Española de Protección de Datos a la entidad **FACEBOOK, INC.**, y en base a los siguientes,

ANTECEDENTES

PRIMERO: Con fecha 8 de marzo de 2016 la Directora de la Agencia Española de Protección de Datos ordenó a la Subdirección General de Inspección de Datos que procediese a realizar la correspondiente investigación, en el marco del expediente de actuaciones previas E/01235/2016, en relación con las circunstancias puestas de manifiesto en el curso de una inspección de oficio ante la red social FACEBOOK.

SEGUNDO: La Subdirección General de Inspección de Datos procedió a la realización de tales actuaciones previas, para el esclarecimiento de los hechos, teniendo conocimiento de los siguientes extremos, que se recogen en el informe de inspección E/01235/2016 y que se transcribe a continuación:

<<A LO LARGO DEL INFORME SE EMPLEA LA SIGUIENTE NOTACIÓN:

1. Facebook Ireland para Facebook Ireland Limited.
2. Facebook Spain para Facebook Spain Sociedad Limitada
3. Facebook Inc. para Facebook Incorporated.

1.1 RESPONSABLE DEL FICHERO

1. En la página “Declaración de Derechos y Responsabilidades” que tiene fecha de última actualización 30 de enero de 2015, Facebook manifiesta explícitamente en el apartado 9 cuál es el objeto del servicio que está prestando, que es el de ofrecer publicidad, y las condiciones por las que va a realizar el tratamiento de sus datos personales.

“9 Acerca de los anuncios u otro contenido comercial servido u optimizado por Facebook

Nuestro objetivo es ofrecer anuncios y otro contenido comercial o patrocinado que sea valioso para nuestros usuarios y anunciantes. Para ayudarnos a lograrlo, aceptas lo siguiente:

1. *Nos concedes permiso para usar tu nombre, foto del perfil, contenido e información en relación con contenido comercial, patrocinado o relacionado (como una marca que te guste) que sirvamos o mejoremos. Esto significa, por ejemplo, que permites que una empresa u otra entidad nos pague por*



mostrar tu nombre y/o foto del perfil con tu contenido o información sin que recibas ninguna compensación por ello. Si has seleccionado un público específico para tu contenido o información, respetaremos tu elección cuando lo usemos.

2. *No proporcionamos tu contenido o información a anunciantes sin tu consentimiento.*
 3. *Entiendes que es posible que no siempre identifiquemos las comunicaciones y los servicios pagados como tales.”*
2. En la política de datos de Facebook a día 7 de abril se establece que para los usuarios residentes en España:

“El controlador de datos responsable de tu información es Facebook Ireland Ltd., con quien te puedes poner en contacto a través de internet o por correo postal en la dirección:

*Facebook Ireland Ltd.
4 Grand Canal Square
Grand Canal Harbour
Dublín 2 Ireland”*

En dicha política de datos, también se establece que:

“Facebook, Inc. cumple el marco Safe Harbor entre Estados Unidos y la Unión Europea y entre Estados Unidos y Suiza con relación a la recopilación, el uso y la retención de datos pertenecientes a la Unión Europea y Suiza, según lo dispuesto por el Departamento de Comercio de Estados Unidos.”

3. En la página de “Condiciones del Servicio” de Facebook se establece entre otros:

“Resolverás cualquier demanda, causa de acción o conflicto (colectivamente, “demanda”) que tengas con nosotros surgida de o relacionada con la presente Declaración o con Facebook únicamente en el tribunal del Distrito Norte de California o en un tribunal estatal del Condado de San Mateo, y aceptas que sean dichos tribunales los competentes a la hora de resolver los litigios de dichos conflictos. Las leyes del estado de California rigen esta Declaración, así como cualquier demanda que pudiera surgir entre tú y nosotros, independientemente de las disposiciones sobre conflictos de leyes.”

En la misma página, bajo el epígrafe “Disposiciones especiales aplicables a usuarios que no residan en Estados Unidos” se establece, entre otros:

“Las siguientes disposiciones se aplicarán a los usuarios y a las personas que no sean usuarias de Facebook que se encuentran fuera de Estados Unidos:

1. *Das tu consentimiento para que tus datos personales sean transferidos y procesados en Estados Unidos.*
2. *....No utilizarás Facebook si se te ha prohibido recibir productos, servicios o software procedente de Estados Unidos.*



3. *Las condiciones aplicables específicamente a los usuarios de Facebook en Alemania están disponibles aquí.*”

En la misma página, bajo el epígrafe “Otras disposiciones” se establece, entre otros:

“Si resides o tienes tu sede de actividad comercial principal en EE. UU. o Canadá, esta Declaración constituye el acuerdo entre Facebook, Inc y tú. De lo contrario, esta Declaración constituye el acuerdo entre Facebook Ireland Limited y tú. Las menciones a “nosotros”, “nos” y “nuestro” se refieren a Facebook, Inc. o Facebook Ireland Limited, según corresponda.”

4. En la página de “Condiciones de Pago de la Comunidad” de Facebook, que rige las condiciones del servicio de pagos de Facebook, se establece bajo el epígrafe “Notificaciones y enmiendas de la Condiciones” entre otros:

“Notificaciones a Facebook. Salvo que recibas otras instrucciones, debes enviarnos tus notificaciones relacionadas con Pagos de Facebook o con estas Condiciones por correo postal a la dirección siguiente: Facebook, Attn: Legal Department, 1601 Willow Avenue, Menlo Park, California, 94025”

En la misma página, bajo el epígrafe “Condiciones adicionales” se establece, entre otros:

“2. Si resides o tienes tu ubicación de actividad comercial principal en otro país que no sea EE. UU. ni Canadá, estas Condiciones de pago constituyen el acuerdo entre tú y Facebook Payments International Ltd., una sociedad limitada privada con sede en la República de Irlanda.”

...

“En todos los casos, las transacciones realizadas con el Saldo de los valores electrónicos como método de pago, tal y como se recoge en la sección 2.5 anterior, las procesa Facebook Payments Inc., una empresa con sede en Florida”

5. A través de la página “Facebook para empresas” se accede a un modelo de factura que se generaría por Facebook por el servicio de inclusión de anuncios de empresas en las páginas de Facebook. Dicha factura aparece emitida por:

Facebook, Inc.

1601 Willow Road Menlo Park, CA

94025-1452

Estados Unidos

En la respuesta a la información requerida durante la inspección E/01147/2015/I-01, Facebook Spain remite modelos de facturas a clientes localizados en España y asesorados por Facebook Spain que aparecen emitidas por:

Facebook Ireland Limited

4 Grand Canal Square

Grand Canal Harbour



Dublín 2

Ireland

VAT Reg. N° *****

6. Facebook dispone de una página denominada Newsroom del sitio web <http://newsroom.fb.com>, que es la página web utilizada por Facebook Inc. como oficina de prensa. La página principal se ofrece en versiones en inglés y en español.

En la versión en español, uno de los enlaces dirige a la página <http://es.newsroom.fb.com/company-info/> informa de la empresa como:

Sede

1 Hacker Way, Menlo Park, California 94025

Oficinas internacionales

Ámsterdam, Auckland, Berlín, Brasilia, Bruselas, Buenos Aires, Ciudad de México, Dubái, Dublín, Estocolmo, Gurgaon, Hamburgo, Hong Kong, Hyderabad, Karlsruhe, Kuala Lumpur, Londres, Madrid, Melbourne, Milán, Montreal, Mumbai, Nueva Delhi, París, Sao Paulo, Seúl, Singapur, Sídney, Tel Aviv, Tokio, Toronto, Vancouver, Varsovia, Yakarta

Centros de datos

Altoona, Ashburn, Forest City, Lulea, Prineville, Sunnyvale

En la misma se establece una lista cronológica de presentaciones y de decisiones realizadas por la compañía Facebook Inc. en relación con sus productos:

Biografía

18 de noviembre de 2014

Presentamos la aplicación Grupos de Facebook.

23 de octubre de 2014

Se lanza Rooms.

15 de octubre de 2014

Se anuncia la función de comprobación del estado de seguridad.

26 de agosto de 2014

Instagram lanza Hyperlapse.

31 de julio de 2014

Se anuncia la aplicación Internet.org.

21 de julio de 2014

Se introduce la función de guardado.

17 de julio de 2014

Se lanza la aplicación Facebook Mentions.



17 de junio de 2014

Se lanza Slingshot.

30 de abril de 2014

Se anuncia el inicio de sesión anónimo en la f8.

17 de abril de 2014

Se anuncia la función Amigos cerca.

30 de enero de 2014

Se anuncia Paper.

30 de enero de 2014

Se anuncia Facebook Creative Labs.

16 de enero de 2014

Se anuncian los temas populares.

15 de diciembre de 2013

Se lanza la función de donaciones.

12 de diciembre de 2013

Se lanza Instagram Direct.

...

En el apartado “Noticias y anuncios recientes” del sitio web <http://newsroom.fb.com>, entre las Noticias de Producto del 2015 hace una descripción más completa de algunas de las presentaciones que se enumeran en la lista anterior.

En el enlace de información para inversores que se encuentra en la página de prensa de Facebook Inc. <http://investor.fb.com/> se encuentra un enlace para el informe anual de Facebook Inc. (firmado por Facebook Inc.) del año 2013 (el del 2014 no está disponible).

En el Item1 Business se declara cómo el objetivo de la empresa es la publicidad:

Our business focuses on creating value for users, marketers, and developers.....

Facebook focuses on providing value for all kinds of marketers, including brand marketers, direct marketers, small and mediumsized businesses, and developers.....

Facebook Ads. Our ads offer marketers the opportunity to communicate their messages to consumers and to direct them to specific destinations such as a web page or a Facebook Page.....

En el mismo apartado se declara que Facebook es un producto de Facebook Inc., además de Messenger e Instagram:

Our Products



- *Facebook. The Facebook mobile app and website enable people to connect, share, discover, and communicate with each other on mobile devices and personal computers:....*

En el apartado Item 1A. Risk Factors de la página 13 y siguientes declaran los riesgos y la estrategia a seguir por la compañía.

En la página 37 incluye datos de los usuarios en Europa llegando a 195 millones en diciembre 2013.

En la página 39 incluye los datos de los beneficios por su actividad de publicidad en Europa llegando a 658 millones en diciembre 2013.

En la página 20 asume como propios las investigaciones realizadas por la Autoridad Irlandesa de Protección de Datos en Facebook Ireland:

From time to time, we receive formal and informal inquiries from regulators regarding our compliance with laws and other matters. In 2011 and 2012, the Irish Data Protection Commissioner audited the data, security, and privacy practices and policies of Facebook Ireland. ...

Violation of existing or future regulatory orders or consent decrees could subject us to substantial monetary fines and other penalties that could negatively affect our financial condition and results of operations. In addition, it is possible that future orders issued by, or inquiries or enforcement actions initiated by, regulatory authorities could cause us to incur substantial costs or require us to change our business practices in a manner materially adverse to our business.

En la página 84 declara que está sujeta a pago de impuestos, entre otros, en Irlanda:

We are subject to taxation in the United States and various other state and foreign jurisdictions. The material jurisdictions in which we are subject to potential examination include the United States and Ireland.

7. La sociedad Facebook Spain aparece registrada en el Registro Mercantil como:

Facebook Spain SL

Calle Pinar 5 – Madrid

CIF: B85759330

Objeto social: La prestación de servicios de publicidad y marketing en internet

Declaración de unipersonalidad. Socio único: FACEBOOK GLOBAL HOLDINGS II LLC

Sin dominios web asociados

Realizada una búsqueda de la empresa Facebook Global Holdings II LLC, ésta aparece en distintas páginas de información de empresas de Estados Unidos como:

Facebook Global Holdings II LLC

1601 S California Avenue

Palo Alto CA 94304-1111



Directivo único (officer): Facebook Inc.

Secretary of State ID: *****

Phone: ***TEL.1

Category: *On-Line Data Base Information Retrieval*

Consultado el registro mercantil Irlandés se obtiene información sobre cinco empresas que utilizan el nombre Facebook:

Facebook Ireland Limited

Facebook Ireland Holdings

Facebook International Holdings I

Facebook International Holdings II

Facebook Payments International Limited

Dicho registro mercantil no ofrece en su página web ni en los certificados solicitados información sobre el componente accionarial de la empresa.

En la respuesta a la información requerida durante la inspección E/01147/2015/I-01, Facebook Spain remite el organigrama de la estructura societaria del "grupo FACEBOOK" (sic) como sigue:

- Sociedad Matriz: Facebook Inc., sita en Delaware y domicilio social en Menlo Park, California.
- Filiales: entre ellas Facebook Ireland Limited y Facebook Ireland Holdings Limited.
- La propiedad de Facebook Ireland Limited la atribuye en el texto de la respuesta a Facebook Ireland Holdings Limited, pero en un gráfico a continuación la atribuye directamente a Facebook Inc.
- La propiedad de Facebook Spain S.L. se atribuye al 100% a Facebook Global Holdings II, LLC.
- La propiedad de Facebook Global Holdings II, LLC se atribuye a Facebook Inc.

En la US-EU Safe Harbour List aparece la siguiente información (entre otras) sobre Facebook, Inc. (el subrayado es de la Agencia):

"Organization Information:

Facebook, Inc.

1601 Willow Road

Menlo Park, California- 94025

*Phone: ***TEL.2*

*Fax: ***FAX.1*

<http://www.facebook.com>"



“Facebook, Inc., processes personal data from users of Facebook Ireland Ltd.’s social networking platform within the EU/EEA and Switzerland on behalf of, and as a data processing service provider for, Facebook Ireland Ltd, which controls such data and processing.”

Realizada consulta al registro de ficheros del Data Protection Commissioner de la República de Irlanda consta que no existe ningún fichero inscrito a nombre de ninguna empresa que incluya en su denominación el término “FACEBOOK”.

8. En relación con la actividades de la empresa Facebook Spain, durante la inspección E/01147/2015/I-01 los representantes de la misma manifestaron que:

- El propósito principal de la empresa Facebook Spain S.L. es la realización de consultoría de ventas y marketing para Facebook Ireland Ltd., que es su único cliente.
- Que la dependencia organizacional es única y directa con Facebook Ireland.
- Que las empresas españolas contratan directamente con Facebook Ireland. Facebook Spain tiene el contacto personal con las grandes cuentas españolas. En cualquier caso, el interlocutor jurídico es Facebook Ireland.
- Que en ningún caso hay una contratación directa con Facebook Spain.
- Que Facebook Ireland es quien factura a los clientes españoles. Facebook Spain obtiene una remuneración por las actividades de consultoría de ventas y marketing.
- Que es Facebook Ireland, y no Facebook Inc., quien realiza el seguimiento de las actividades promocionales a empresas en España, y que no remiten informes a Facebook Inc.
- Facebook Spain realiza acciones promocionales entre las empresas españolas, por ejemplo, en el caso de colaboración con CEPYME en Tenerife, se celebró un acuerdo de formación a las herramientas de Facebook para la pequeña y mediana empresa.

En la respuesta a la información requerida durante la inspección E/01147/2015/I-01, Facebook Spain remite el contrato establecido entre Facebook Ireland y Facebook Spain, con fecha de firma 28 de diciembre de 2009 y fecha de entrada en efecto de 1 de noviembre de 2009 en el que se establece:

- Facebook Ireland se dedica al desarrollo expansión y mantenimiento de las comunidades de usuarios, anunciantes y desarrolladores en España.
- Facebook Ireland espera obtener los servicios de Facebook Spain, su asistencia y consejo en España.
- Facebook Spain proporcionará su personal, experiencia y locales para proporcionar dichos servicios de forma no exclusiva y a cambio de una compensación.



- Define los servicios contratados como servicios consultoría, consejo y asistencia a Facebook Ireland en relación con las actividades de venta y marketing para el desarrollo expansión y mantenimiento de las comunidades de usuarios, anunciantes y desarrolladores en España, incluyendo marketing y demostraciones del sitio FACEBOOK, sistemas de propaganda, plataforma de desarrolladores, características de la comunidad, y procedimientos a los usuarios, anunciantes y comunidades de desarrolladores, proporcionar análisis estratégico y de mercado, y proporcionar servicios de consultoría a anunciantes con direcciones de facturación en España sobre estrategias para optimizar las campañas comerciales en España.
- “Plataforma Facebook” significa e incluye el sistema, incluyendo los futuros desarrollos, mejoras y funcionalidades, que son puestas a disposición por FACEBOOK en su plataforma o plataformas futuras, que facilita compartir datos sobre usuarios, anunciantes y desarrolladores, balancear para acomodar el volumen de datos transferidos, poner anuncios en las páginas de los usuarios, proporcionar plataformas para el desarrollo de aplicaciones, y cualquier proceso o tecnología relacionados que dependiendo de FACEBOOK facilita la comunicación entre usuarios y la gestión de propaganda.
- Facebook Spain proporciona soporte a Facebook Ireland, pero no se constituye como representante de Facebook Ireland, no son “partners”, agentes o “join venture”.
- Facebook Spain debe to conseguir y remitir toda los datos disponibles sobre el mercado Español, incluyendo las preguntas y quejas de los anunciantes.
- Facebook Ireland pagará a Facebook Spain cantidad que cubrirá los gastos de Facebook Spain más un plus en función del rendimiento de los servicios contratados.
- Facebook Ireland es el dueño o licenciado autorizado (como sea el caso) de la “Plataforma Facebook”, marcas, información confidencial y otra información de propiedad.
- Este acuerdo se rige y será interpretado de acuerdo con las leyes del Estado de California USA.
- En relación con el cumplimiento con la ley aplicable: En la ejecución de las obligaciones respectivas, cada parte con las leyes aplicables, regulaciones y órdenes gubernamentales de Irlanda y España.
- No define FACEBOOK en el contrato.

En la respuesta a la información requerida durante la inspección E/01147/2015/I-01, Facebook Spain remite el “Data Processing Agreement” (Acuerdo de tratamiento de datos) contrato establecido entre Facebook Ireland y Facebook Spain, con fecha de firma 23 de diciembre de 2014 y fecha de entrada en efecto de 16 de junio de 2014 en el que se establece:

- Facebook Ireland como Responsable del Tratamiento para datos de usuarios de FACEBOOK que no estén en Norteamérica (sic) y Facebook Spain como encargado.



- En caso de conflicto con el acuerdo, se remite a la ley y tribunales Irlandeses.

En la respuesta a la información requerida durante la inspección E/01147/2015/I-01, Facebook Spain remite modelos de contratos (denominados Pedidos de Inserción) con clientes localizados en Madrid y asesorados por Facebook Spain que aparecen emitidas por:

Facebook Ireland Limited
4 Grand Canal Square
Grand Canal Harbour
Dublín 2
Ireland
VAT Reg. N° *****

En la respuesta a la información requerida durante la inspección E/01147/2015/I-01, Facebook Spain manifiesta que esta entidad no tiene contratos vigentes con Facebook Inc.

En la respuesta a la información requerida durante la inspección E/01147/2015/I-01, Facebook Spain incluye una carta firmada por “Head of Data Protection” de Facebook Ireland y dirigida a la AEPD en la que, entre otros, manifiesta:

- Los empleados de Facebook Spain no pueden contestar o proporcionar documentación a la AEPD sobre actividades realizadas o servicios prestados por Facebook Ireland.
- Consideran que las respuestas que aparecen el acta de inspección E/01147/2015/I-01 ya fueron respondidas a la Autoridad Irlandesa de Protección de Datos.
- Que Facebook Ireland muestra su disposición a proporcionar a la AEPD la información solicitada.
- Que consideran que la actividad inspectora de la AEPD llevada a cabo en Facebook Spain no puede extenderse a las actividades de otras entidades de Facebook localizadas en otros países miembros de la UE, que caen bajo la jurisdicción de otras autoridades.

9. Facebook Spain S.L. tiene inscritos en el Registro General de Protección de Datos (a fecha 23 de abril de 2015) denominados HR y CLIENTES-PROVEEDORES:

- HR tiene como finalidad declarada “Gestión de recursos humanos, nóminas, prevención de riesgos laborales y selección de personal”.
- CLIENTES-PROVEEDORES tiene como finalidad declarada “Gestión de clientes, contable, fiscal y administrativa”, cesiones a “Empresas del grupo dentro del E.E.E. (p.ej.: Facebook Ireland Limited); asesores externos” y transferencias internacionales a “EEUU puerto seg / Facebook Inc”.

Durante la inspección E/01147/2015/I-01 los representantes de Facebook Spain S.L. manifestaron que:



- Dicho fichero está gestionado por Facebook Ireland, porque Facebook Spain no dispone de infraestructura tecnológica en España, y que no tienen conocimiento de que haya transferencias internacionales a Facebook Inc.
- Ese tipo de clientes recibe también apoyo de asesoría personalizado por parte de personal de Facebook Spain en la gestión de sus campañas.
- Que los informes que estos clientes reciben son elaborados por Facebook Ireland, accesibles a través de una herramienta web a la que también tienen acceso los clientes. En algunos casos, para clientes relevantes que lo solicitan, el personal de Facebook Spain elabora una presentación a partir de los datos suministrados por Facebook Ireland y que presentan al cliente, en sus instalaciones o en el local de Facebook Spain.
- Los clientes pueden contratar publicidad dirigidas a páginas dentro o fuera de Facebook. En ambos casos, disponen de las mismas herramientas para la gestión de su campaña.

En la respuesta a la información requerida durante la inspección E/01147/2015/I-01 Facebook Spain manifiesta que la transferencia internacional de datos declarada en el registro del fichero CLIENTES-PROVEEDORES actualmente no se está llevando a cabo y que próximamente modificará la declaración al RGPD.

Durante la inspección se comprobó que:

- Dicho fichero es accesible a través de una herramienta web por los empleados de Facebook Spain que realizan la gestión de las cuentas de los clientes que tienen asignados.
- Que dichos empleados acceden al detalle de las cuentas de los clientes, que a su vez los clientes tienen contratadas diversas cuentas/campañas de publicidad, que se puede acceder al detalle y contenido de las facturas de cada uno de los clientes, y que se puede acceder a información del grado de rendimiento de la campaña para realizar asesoría a las empresas sobre como ejecutarlas.

En la página de prensa de Facebook Inc. se ofrecen noticias de las actividades que representantes de Facebook Spain para la promoción de Facebook como plataforma de publicidad para empresas. En el apartado “*Noticias y anuncios recientes*” del sitio web <http://newsroom.fb.com>, entre los eventos del 2015 se encuentra la siguiente actividad:

Facebook presenta en Tenerife su programa de apoyo a las pymes

<http://es.newsroom.fb.com/news/2015/03/facebook-presenta-en-tenerife-su-programa-de-apoyo-a-las-pymes/>

....

Facebook, como parte de su programa de apoyo a las pymes españolas y en colaboración con CEPYME, ha presentado hoy en Tenerife una sesión formativa sobre las oportunidades que ofrece la red social para la promoción de los negocios.



...

Este programa de ayuda a la pequeña y mediana empresa de Facebook, se lanzó junto con CEPYME en enero de 2012.

...

Con más de 20 millones de usuarios en España y 1.390 millones en todo el mundo, Facebook ofrece un gran potencial que las empresas pueden aprovechar para hacer crecer su negocio y mejorar su ROI (Retorno de la Inversión).

...

Según B.B.B., Directora de Asuntos Públicos de Facebook España, “Es importante que las pymes aprovechen las nuevas tecnologías para mantener e incluso mejorar su negocio, sobre todo en la difícil situación económica actual. Facebook ha demostrado tener un impacto muy positivo en la economía española y está ayudando a generar riqueza y empleo. Con encuentros como el de hoy, queremos acercarnos a las pymes y animarlas a que utilicen nuestra plataforma para hacer crecer su negocio”.

En la respuesta a la información requerida durante la inspección E/01147/2015/I-01, Facebook Spain remite el “Acuerdo marco de colaboración entre FACEBOOK y CEPYME para impulsar la creación de empleo a través de sus empresas” de fecha de entrada en vigor 17 de julio de 2012 y fecha de firma 20 de julio de 2012 y firmado entre CEPYME y Facebook Ireland en el que se establece:

- Que “Facebook Ireland Ltd. (en adelante FACEBOOK) es una compañía privada cuya matriz tiene sede en Menlo Park, California”.
- Entre las acciones que forman parte del acuerdo se establecen “Actividades sobre los recursos de FACEBOOK”, “La reuniones, seminarios y presentaciones organizados por FACEBOOK”, “Acciones de publicidad gratuita en FACEBOOK”.
- “Compromisos de FACEBOOK” serán “Diseñar la estructura y el contenido de las ponencias y sesiones informativas”, “Proporcionar ponentes de los eventos”, “Organizar los eventos desde el punto de vista logístico”.
- En caso de desacuerdo se remite a la legislación de Inglaterra y Gales, aunque remite la posibilidad de recurso a los tribunales de Madrid.
- Los datos de nombre, Fax y correo electrónico de los interlocutores para la gestión diaria del acuerdo están borrados.

Las ofertas de empleo para las oficinas de Madrid se ofrecen a través de la página: <https://es-es.facebook.com/careers/locations/madrid>. En el formulario de solicitud de información personal para aplicar a los puestos aparece la siguiente cláusula:

“We may access publicly available information from your Facebook profile as part of your application. This online application feature is hosted in the United States by Facebook, Inc., and we may process your application and information relating to you in the United States,



Ireland and other Facebook locations, as we deem appropriate under the circumstances.

10. Consultados los servicios de registro de dominios de direcciones en Internet se obtuvo la siguiente información:

- El dominio “Facebook.com” está registrado a nombre de FACEBOOK Inc. en Menlo Park Estados Unidos.
- El dominio “Facebook.ie” está registrado a nombre de FACEBOOK Inc.
- El dominio “Facebook.es” está registrado a nombre de FACEBOOK IRELAND

Al intentar acceder a la página www.facebook.es se comprueba que dicha página no existe, sino que existe una redirección a la página: es-es.facebook.com

1.2 PROCESO DE REGISTRO DE UN USUARIO

1. En el proceso de registro de un usuario en Facebook, la aplicación proporciona la siguiente información (Anexo I):

- En la página inicial de Facebook se da la opción de iniciar sesión o de registrarse como nuevo usuario, para lo que se despliega un formulario que recoge los siguientes datos personales:
 - o Nombre y apellido
 - o N° de teléfono móvil o correo electrónico
 - o Fecha de nacimiento
 - o Sexo

- Debajo del formulario hay una leyenda, en un tipo de letra de tamaño inferior y sin destacar, como sigue:

“Al hacer clic en Terminado, aceptas nuestras Condiciones y reconoces haber leído nuestra Política de datos, incluido nuestro Uso de cookies. Es posible que recibas notificaciones de Facebook por SMS, pero puedes desactivarlas en cualquier momento.”

- Las palabras marcadas en subrayado en el párrafo anterior aparecen en la pantalla del ordenador marcadas en un color distinto (y no en negrilla) al resto del texto, y son enlaces a las páginas que contienen las condiciones de servicio, la política de privacidad (que es denominada “*política de datos*”) y la política de cookies (denominada “*uso de cookies*”).

- Debajo del párrafo, destacado, y en un tipo de letra mucho mayor, aparece un botón etiquetado como Terminado.

2. No es obligatorio acceder a la política de privacidad (“política de datos”) para continuar el proceso de registro.

3. En la base de la página aparece, entre otros, un enlace denominado “Privacidad”, que conduce a la política de privacidad de la compañía Facebook.



4. Durante el proceso de registro, Facebook solicita una respuesta de confirmación de creación de cuenta enviando un mensaje, en este caso, al correo electrónico indicado por el usuario en el formulario anterior.
5. Durante el proceso de registro se despliega una serie de opciones para completar la configuración de la cuenta, entre ellas una opción titulada “Conoce la configuración de la privacidad”. Esta opción no es de consulta obligada para continuar con el uso de la cuenta de usuario, y que si no se efectúa por el usuario en el momento inicial de uso de la cuenta, no queda un enlace de fácil localización donde acceder ni se muestra un recordatorio.

Si el usuario decide consultar la opción “Conoce la configuración de la privacidad”, aparece una secuencia de cuatro pantallas, con un texto explicativo en castellano y con ejemplos de capturas de pantalla de Facebook en idioma inglés. Las cuatro pantallas tienen los siguientes títulos y contenidos:


- o “Quién ve lo que compartes”

“Puedes seleccionar el público con el que quieres compartir tus cosas en Facebook. Por ejemplo, puedes compartir una foto con tus amigos solamente o hacerla pública. Elige quién ve lo que compartes en el lugar donde haces la publicación.”

- o “Cómo funciona el etiquetado”

“Etiquetar sirve para hacer saber a alguien que aparece en una foto. La etiqueta crea un enlace con la biografía de la persona y puede compartir tu publicación con sus amigos. Más información sobre el etiquetado.”

- o “Accesos directos a la configuración de privacidad”

“Puedes ver directamente las actualizaciones de privacidad, ajustes y herramientas más recientes. Solo tienes que hacer clic en  en la parte superior de la página. Pruébalo”

Pulsando el enlace “Pruébalo”, aparece un desplegable titulado “Accesos directos de privacidad” organizado en los siguientes apartados:

- Quien puede ver mis cosas

- “¿Quién puede ver mis próximas publicaciones?”

¿Dónde se consulta quién puede ver o encontrar las cosas que he publicado o en las que me han etiquetado?”

Que incluye un enlace al Registro de Actividad https://www.facebook.com/profile.php?id=100015442652166&sk=allactivity&privacy_source=privac_y_lite

- “¿Qué ven otros en mi biografía? “

Con un enlace a “Ver como”



https://www.facebook.com/profile.php?id=100015442652166&viewas=100000686899395&returnto=profile&privacy_source=privacy_lite

- o Las opciones disponibles no se muestran completas en un primer desplegable. En primer lugar se muestran las opciones:
 - Público
 - Amigos
 - Amigos excepto...
 - Más.
- o El usuario, si pulsa la opción Más, accede a las siguientes opciones:
 - Amigos concretos
 - Solo yo
 - Ver todo
- o Si pulsa la opción “Ver todo”, le aparece la opción:
 - Personalizado, que permite enumerar con quién se comparte y con quién no.
- “Quién puede ponerse en contacto conmigo”
 - “¿Quién puede enviarme solicitudes de amistad?”
Donde el usuario puede seleccionar Todos o Amigos de amigos”
- “Como evito que alguien me molesten”
“Puedes bloquear a alguien para que ya no sea tu amigo y evitar que inicie conversaciones contigo o que vea lo que publicas en tu biografía.”
A continuación hay un campo en el que el usuario puede crear una la lista negra personal.
- Y dos enlaces:
 - “Ver más configuraciones”, que conduce a la página https://www.facebook.com/settings/?tab=privacy&privacy_source=privacy_lite, que es la página de configuración abierta por la pestaña “Privacidad”.
 - “Aspectos básicos de la privacidad”, que dirige a la página <https://www.facebook.com/about/basics>, y que contiene una explicación gráfica sobre la configuración de la privacidad.
- o Compartir con aplicaciones, juegos y sitios web



“Controla quién tiene acceso a los distintos contenidos, incluida la información que tus amigos y otros pueden usar en las aplicaciones y los sitios web que usan. Más información.”

El enlace “Más información” conduce a la página con información sobre configuración de la privacidad de las aplicaciones y tu información:

<https://www.facebook.com/help/?page=167652123295204>

6. Antes de realizar ninguna configuración de privacidad, aparece un anuncio sugerido de “Yo fui EGB”, que podría estar en relación con la edad declarada en el proceso de registro.

1.3 INFORMACIÓN DE LOS DATOS RECOGIDOS

1. En su política de privacidad Facebook manifiesta que se recogen los siguientes tipos de datos relativos a un usuario:
 - De forma general, el contenido y otros datos recogidos del usuario cuando usa los servicios de Facebook. No se enumera una lista de los datos recogidos y sólo se dan los siguientes ejemplos: lugar donde se hizo una foto, fecha de creación de un archivo, tipo de contenido visto o interactuado, frecuencia y duración de las actividades.
 - Información sobre el sujeto procedente de otros usuarios. No se enumera una lista de los datos recogidos y sólo se dan los siguientes ejemplos: fotos compartidas en las que apareces, cuando se envía un mensaje al sujeto o se sube, sincroniza o importa la información de contacto.
 - Información sobre las personas o grupos con los que está conectado y cómo se interactúa con ellos. No se enumera una lista de los datos recogidos y sólo se dan los siguientes ejemplos: personas de contacto más frecuente, grupos con los que se comparte contenido, libretas de direcciones de un dispositivo.
 - Información financiera cuando se efectúan compras o transacciones que incluye: número de tarjeta de pago, otra información de la tarjeta, datos de la cuenta, información de autenticación, facturación, envío y contacto.
 - Información sobre el dispositivo utilizado para acceder a los servicios de Facebook. No se enumera una lista de los datos recogidos y sólo se dan los siguientes ejemplos: sistema operativo, hardware, configuración del dispositivo, nombres y tipos de programas y archivos, carga de la batería, intensidad de la señal, datos de identificación, ubicación geográfica, operador de telefonía, proveedor de servicios de internet, navegador, idioma, zona horaria, número de teléfono móvil y dirección IP.
 - Información recogida de sitios web y aplicaciones de terceros distintos de Facebook. No se enumera una lista de los datos recogidos y sólo se



dan los siguientes ejemplos: sitios web visitados, aplicaciones empleadas, uso de servicios web en páginas de terceros, datos que el editor de un sitio web proporciona al usuario y a Facebook.

- Información recogida de socios externos. No se enumera una lista de los datos recogidos y sólo se dan los siguientes ejemplos: información de un socio cuando ofrece servicios de forma conjunta con Facebook, y de un anunciante acerca de las experiencias o interacciones del usuario.
- Información de empresas de Facebook. No se enumera una lista de los datos recogidos y se remite a un página web de ayuda en la que se enumeran las empresas de Facebook y los enlaces a su política de privacidad: Facebook Payments Inc., Atlas, Instagram LLC, Onavo, Moves, Oculus, WhatsApp Inc., Masquerade, CrowdTangle.

¿Qué tipo de información recopilamos?

En función de los Servicios que utilices, se recopilan diferentes tipos de información relacionada contigo.

Tu actividad y la información que proporcionas.

Recopilamos el contenido y otros datos que proporcionas cuando usas nuestros Servicios, como al abrir una cuenta, al crear o compartir contenido y cuando envías mensajes o te comunicas con otros usuarios. La información puede corresponder a datos incluidos en el contenido que proporcionas o relacionados con este, como el lugar donde se hizo una foto o la fecha de creación de un archivo. También recopilamos información sobre el uso que haces de los Servicios; por ejemplo, el tipo de contenido que ves o con el que interactúas, o la frecuencia y duración de tus actividades.

La actividad de otros usuarios y la información que proporcionan.

Asimismo, recopilamos el contenido y la información que otras personas proporcionan cuando usan nuestros Servicios y que puede incluir información sobre ti; por ejemplo, cuando alguien comparte una foto en la que apareces, te envía un mensaje o sube, sincroniza o importa tu información de contacto.

Tus redes y conexiones.

Recopilamos información sobre las personas y los grupos a los que estás conectado y cómo interactúas con ellos; por ejemplo, las personas con las que más te comunicas o los grupos con los que te gusta compartir contenido. También recopilamos la información de contacto que proporcionas si subes, sincronizas o importas esta información (por ejemplo, una libreta de direcciones) desde un dispositivo.

Información sobre pagos.

Si usas nuestros Servicios para efectuar compras o transacciones financieras (por ejemplo, cuando compras algo en Facebook, realizas una compra en un juego o haces una



donación), recopilamos datos sobre la compra o transacción. Esta información incluye tus datos de pago, como tu número de tarjeta de crédito o de débito y otra información sobre la tarjeta, así como otros datos sobre la cuenta y sobre autenticación, además de información de facturación, envío y contacto.

Información sobre el dispositivo.

Recopilamos información acerca de ordenadores, teléfonos u otros dispositivos donde instales o desde los que accedas a nuestros Servicios, así como la información generada por dichos dispositivos, dependiendo de los permisos que hayas concedido.

Podemos asociar la información que recopilamos de tus diferentes dispositivos; de este modo, nos resulta más sencillo prestar Servicios coherentes en todos ellos. Estos son algunos ejemplos de la información de dispositivos que recopilamos:

Atributos como el sistema operativo, la versión de hardware, la configuración del dispositivo y los nombres y tipos de programas informáticos y archivos, la carga de la batería y la intensidad de la señal, así como datos de identificación del dispositivo.

Ubicaciones del dispositivo, incluida la posición geográfica específica obtenida, por ejemplo, a través de señales de GPS, Bluetooth o Wi-Fi.

Información sobre la conexión, como el nombre del operador de telefonía móvil o del proveedor de servicios de internet, el tipo de navegador, el idioma y la zona horaria, el número de teléfono móvil y la dirección IP.

Información de sitios web y aplicaciones que utilizan nuestros Servicios.

Recopilamos información cuando visitas o utilizas sitios web y aplicaciones de terceros que usan nuestros Servicios (por ejemplo, cuando ofrecen nuestro botón "Me gusta" o el inicio de sesión con Facebook, o cuando usan nuestros servicios de medición y publicidad). Dicha información incluye datos acerca de los sitios web que visitas y las aplicaciones que utilizas, el uso que haces de nuestros Servicios en dichos sitios web y aplicaciones, así como datos que el desarrollador o el editor de la aplicación o del sitio web te proporciona a ti o a nosotros.

Información de socios externos.

Recibimos información sobre ti y tus actividades dentro y fuera de Facebook que nos proporcionan socios externos; por ejemplo, información de un socio cuando ofrecemos servicios de forma conjunta o de un anunciante acerca de tus experiencias o interacciones con él.

Empresas de Facebook.

Recibimos información acerca de ti que nos proporcionan empresas pertenecientes a Facebook u operadas por Facebook,



de conformidad con sus condiciones y políticas. Obtén más información acerca de estas empresas y sus políticas de privacidad.

2. En el página de ayuda:

https://www.facebook.com/help/405183566203254?helpref=faq_content

Facebook manifiesta que da acceso a los usuarios a descargar el siguiente conjunto de información recopilada de su interacción con Facebook, sin especificar si esta es toda la información que dispone Facebook de los usuarios:

¿Qué información hay disponible?	¿De qué se trata?	¿Dónde la puedo encontrar?
Acerca de mí	Los datos que has añadido en la sección Información de tu biografía, como relaciones, empleo, formación, dónde vives, etc. Incluye las actualizaciones o los cambios que has realizado con anterioridad y lo que hay actualmente en la sección Información de tu biografía.	Registro de actividad Información descargada
Historial de estados de la cuenta	Fechas en las que se ha reactivado, desactivado, inhabilitado o eliminado tu cuenta.	Información descargada
Sesiones activas	Todas las sesiones activas almacenadas, con inclusión de la fecha, la hora, el dispositivo, la dirección IP y la información sobre el navegador y las cookies del dispositivo.	Información descargada
Anuncios en los que has hecho clic	Fechas, horas y títulos de los anuncios en los que has hecho clic (período de conservación limitado).	Información descargada
Dirección	Tu dirección actual o las direcciones anteriores que has tenido en tu cuenta.	Información descargada
Temas de los anuncios	Lista de los temas por los que se te podría segmentar en función de los gustos y los intereses que has especificado y de otros datos que constan en tu biografía.	Información descargada
Nombre alternativo	Todos los nombres alternativos que tengas en la cuenta (por ejemplo, un apodo o tu apellido de soltera).	Información descargada
Aplicaciones	Todas las aplicaciones que has añadido.	Información



		descargada
Visibilidad de tu fecha de nacimiento	Cómo aparece tu fecha de nacimiento en tu biografía.	Información descargada
Chat	Historial de las conversaciones que has tenido en el chat de Facebook (el historial completo está disponible directamente en tu bandeja de entrada de mensajes).	Información descargada
Visitas	Lugares que has visitado.	Registro de actividad Información descargada
Conexiones	Las personas a las que les gusta tu página o lugar, han respondido al evento, han instalado tu aplicación o han visitado el lugar publicitado en el plazo de 24 horas desde que vieron o hicieron clic en un anuncio o historia patrocinada.	Registro de actividad
Tarjetas de crédito	Si haces compras en Facebook (por ejemplo, en las aplicaciones) y has proporcionado a Facebook el número de tu tarjeta de crédito.	Configuración de la cuenta
Divisa	Tu divisa preferida en Facebook. Si usas los pagos de Facebook, se utilizará para mostrar los precios y hacer cargos en tus tarjetas de crédito.	Información descargada
Ciudad actual	La ciudad que has añadido a la sección Información de tu biografía.	Información descargada
Fecha de nacimiento	La fecha que has añadido como fecha de nacimiento en la sección Información de tu biografía.	Información descargada
Amigos eliminados	Personas que has eliminado de tu lista de amigos.	Información descargada
Formación	Toda la información que has añadido en el campo "Formación" de la sección "Información" de tu biografía.	Información descargada
Correos electrónicos	Direcciones de correo electrónico que has añadido a tu cuenta (incluso las que hayas	Información descargada



	eliminado).	
Eventos	Eventos en los que has participado o a los que te han invitado.	Registro de actividad Información descargada
Datos de reconocimiento facial	Número único basado en una comparación de las fotos en las que se te ha etiquetado. Utilizamos estos datos para ayudar a otras personas a etiquetarte en las fotos.	Información descargada
Familia	Amigos que has indicado que son familiares.	Información descargada
Citas favoritas	Información que has añadido a la sección "Frases célebres favoritas" de la sección Información de tu biografía.	Información descargada
Seguidores	Lista de las personas que te siguen.	Información descargada
Personas y páginas que sigues	Lista de las personas a las que sigues.	Registro de actividad
Solicitudes de amistad	Solicitudes de amistad enviadas y recibidas que están pendientes.	Información descargada
Amigos	Lista de tus amigos.	Información descargada
Sexo	El sexo que has especificado en la sección Información de tu biografía.	Información descargada
Grupos	Lista de los grupos a los que perteneces en Facebook.	Información descargada
Elementos ocultos en la sección de noticias	Todos los amigos, las aplicaciones o las páginas que has ocultado en tu sección de noticias.	Información descargada
Ciudad de origen	El lugar que has añadido como ciudad de origen en la sección Información de tu biografía.	Información descargada
Direcciones IP	Lista de las direcciones IP desde las que has	Información



	iniciado sesión en tu cuenta de Facebook (no incluye el historial de todas las direcciones IP eliminadas conforme al calendario de retención).	descargada
Última ubicación	Última ubicación asociada a una actualización.	Registro de actividad
Veces que has indicado que te gustan las publicaciones de otros	Publicaciones, fotos u otro contenido que te ha gustado.	Registro de actividad
Personas a las que les han gustado tus publicaciones	Personas que han indicado que les gustan tus publicaciones, fotos u otro contenido.	Registro de actividad
Veces que has hecho clic en "Me gusta" en otros sitios	Veces que has hecho clic en "Me gusta" en sitios fuera de Facebook.	Registro de actividad
Cuentas vinculadas	Lista de las cuentas que has vinculado a tu cuenta de Facebook.	Configuración de la cuenta
Idioma	Idioma de uso de Facebook que has seleccionado.	Información descargada
Inicios de sesión	Dirección IP, fecha y hora asociados a los inicios de sesión en tu cuenta de Facebook.	Información descargada
Cierres de sesión	Dirección IP, fecha y hora asociados a los cierres de sesión en tu cuenta de Facebook.	Información descargada
Mensajes	Mensajes que has enviado y recibido en Facebook. Ten en cuenta que los mensajes que hayas eliminado no se incluyen en la descarga ya que se han borrado de tu cuenta.	Información descargada
Nombre	Nombre en tu cuenta de Facebook.	Información descargada
Cambios de nombre	Todos los cambios que has realizado en el nombre original que utilizaste al registrarte en Facebook.	Información descargada



Redes	Redes (afiliaciones a colegios o lugares de trabajo) a las que perteneces en Facebook.	Información descargada
Notas	Todas las notas que has escrito y publicado en tu cuenta.	Registro de actividad
Configuración de las notificaciones	Lista de todas las preferencias de notificación e indicación de si tienes el correo electrónico y los mensajes de texto activados o desactivados para cada una.	Información descargada
Páginas que administras	Lista de las páginas que administras.	Información descargada
Solicitudes de amistad pendientes	Solicitudes de amistad enviadas y recibidas que están pendientes.	Información descargada
Números de teléfono	Números de teléfono móvil que has añadido a tu cuenta, incluidos los números verificados que has añadido por motivos de seguridad.	Información descargada
Fotos	Fotos que has subido a tu cuenta.	Información descargada
Metadatos de fotos	Todos los metadatos transmitidos junto con las fotos que has subido.	Información descargada
Elementos físicos	Insignias que has añadido a tu cuenta.	Información descargada
Toques	Lista de las personas que te han dado un toque y a las que se lo has dado tú. El contenido de los toques de nuestra aplicación de toques para móvil no se incluye porque solo está disponible durante un período de tiempo breve. Una vez que el destinatario ha visto el contenido, este se elimina de forma permanente de nuestros sistemas.	Información descargada
Ideología política	Toda la información que has añadido a la ideología política en la sección "Información" de tu biografía.	Información descargada
Tus publicaciones	Todo lo que has publicado en tu biografía, como fotos, vídeos y actualizaciones de estado.	Registro de actividad



Publicaciones de otras personas	Todo lo que haya publicado en tu biografía otra persona, como publicaciones del muro o enlaces compartidos por tus amigos en tu biografía.	Registro de actividad Información descargada
Publicaciones en otras personas	Todo lo que hayas publicado en la biografía de otra persona, como fotos, vídeos y actualizaciones de estado.	Registro de actividad
Configuración de la privacidad	Tu configuración de la privacidad.	Información descargada de la configuración de la privacidad
Actividades recientes	Acciones que has realizado y las interacciones que has tenido recientemente.	Registro de actividad Información descargada
Fecha de registro	Fecha en la que te uniste a Facebook.	Registro de actividad Información descargada
Creencias religiosas	Datos actuales que has añadido a las creencias religiosas en la sección Información de tu biografía.	Información descargada
Amigos eliminados	Personas que has eliminado de tu lista de amigos.	Registro de actividad Información descargada
Nombres de usuario	Nombres de pantalla que has añadido a tu cuenta y servicio al que están asociados. También puedes ver si están ocultos o visibles en tu cuenta.	Información descargada
Búsquedas	Búsquedas que has realizado en Facebook.	Registro de actividad
Contenido compartido	Contenido (por ejemplo, noticias) que has compartido con otros usuarios de Facebook con el botón o el enlace Compartir.	Registro de actividad
Idiomas conocidos	Idiomas que has añadido a los idiomas conocidos en la sección Información de tu biografía.	Información descargada



Actual. de estado	Todas las actualizaciones de estado que has publicado.	Registro de actividad Información descargada
Empleo	Información actual que has añadido al apartado de empleo de la sección "Información" de tu biografía.	Información descargada
URL personalizada	Tu URL de Facebook (por ejemplo, el nombre de usuario o la URL personalizada de tu cuenta).	Visible en la URL de tu biografía
Vídeos	Vídeos que has publicado en tu biografía.	Registro de actividad Información descargada

1.4 HERRAMIENTAS PARA GESTIÓN DEL PERFILADO DE LA PUBLICIDAD EN FACEBOOK

- Las herramientas que Facebook pone a disposición de los usuarios para controlar el tratamiento de sus datos para publicidad o cómo se muestra la publicidad personalizada se realiza en el apartado de "Configuración" en la pestaña "Anuncios".
- En dicha pestaña se despliegan cuatro opciones:
 - o Anuncios basados en mi uso de sitios web y aplicaciones
 - o Anuncios en aplicaciones y sitios web fuera de las empresas de Facebook
 - o Anuncios con mis acciones sociales
 - o Anuncios basados en mis preferencias
- La opción "Anuncios basados en mi uso de sitios web y aplicaciones" adjunta las siguientes leyendas explicativas:

"¿Puedes ver en internet anuncios de Facebook basados en intereses?"

Activada por defecto con "Sí". Y la leyenda adicional:

"Tu estado se basa en la configuración de tu dispositivo y en las opciones que has establecido a través de la Digital Advertising Alliance"

Adjunta un botón "Editar" que si se pulsa muestra la siguiente leyenda:

"¿Puedes ver en internet anuncios de Facebook basados en intereses?"

Podemos mostrarte anuncios según tu uso de los sitios web y las aplicaciones que utilizan las tecnologías de Facebook. Por ejemplo, si visitas sitios web de viajes, es posible que veas



anuncios en Facebook sobre ofertas de hoteles. A este tipo de anuncios los denominamos publicidad en internet basada en intereses. Más información.

Si desactivas los anuncios basados en intereses seguirás viendo el mismo número de anuncios, pero es posible que sean menos relevantes para ti. Es posible que también veas anuncios basados en tus actividades en Facebook.

Mostrar anuncios en internet basados en intereses:”

A continuación un desplegable con la leyenda:

“Elige configuración”

Que permite elegir entre Activado y Desactivado.

4. La opción “Anuncios en aplicaciones y sitios web fuera de las empresas de Facebook” adjunta la siguiente leyenda explicativa:

“Se pueden usar tus preferencias de anuncios de Facebook para mostrarte anuncios en aplicaciones y sitios web que no pertenecen a las empresas de Facebook”

Activada por defecto con “Sí”. Adjunta un botón “Editar” que si se pulsa muestra la siguiente leyenda:

“¿Se pueden usar tus preferencias de anuncios de Facebook para mostrarte anuncios en aplicaciones y sitios web que no pertenecen a las empresas de Facebook?”

Audience Network es una red publicitaria que permite a los anunciantes mostrar anuncios en sitios web y aplicaciones en distintos dispositivos, como ordenadores, teléfonos móviles y televisores conectados. Cuando las empresas compran anuncios a través de Facebook, pueden decidir si quieren que estos se distribuyan en Audience Network. Queremos mostrarte anuncios que te resulten relevantes y útiles. Tus preferencias de anuncios de Facebook nos permiten conocer qué anuncios son más interesantes para ti. Puedes elegir si quieres que se usen tus preferencias de anuncios de Facebook para mostrarte anuncios en aplicaciones y sitios web no proporcionados por Facebook.

Si permites que se usen tus preferencias de anuncios de Facebook:

verás anuncios que te resultarán más interesantes y relevantes.

Si no permites que se usen tus preferencias de anuncios de Facebook:

verás anuncios de todos modos, pero no serán tan relevantes para ti.

Podrías ver anuncios por otros motivos, por ejemplo:

tu edad, sexo o ubicación.



El contenido de la aplicación o el sitio web que estás usando.

Tu actividad fuera de las empresas de Facebook.

Ve anuncios en función de las preferencias de los anuncios de Facebook en aplicaciones y sitios web fuera de las empresas de Facebook”

A continuación un desplegable con la leyenda: “S” que si se pulsa permite discriminar entre “S” y “No”.

5. La opción “Anuncios con mis acciones sociales” adjunta la siguiente leyenda explicativa:

“¿Quién puede ver tus acciones sociales relacionadas con anuncios?”

Activada por defecto con “Solo mis amigos”. Adjunta un botón “Editar” que si se pulsa muestra la siguiente leyenda:

“¿Quién puede ver tus acciones sociales relacionadas con anuncios?”

Las personas quieren saber lo que les gusta a sus amigos. Ese es el motivo por el que mostramos anuncios a tus amigos según las acciones que realizas, como indicar que te gusta una página o compartir una publicación.

Este es un ejemplo:

<< SE MUESTRA UN ANUNCIO DE EJEMPLO >>

This setting applies to your likes, follows, comments, shares, app usage and events joined that appear with ads your friends see. Ads like this will only be visible to people who have permission to view the action you've taken.

Incluir mis acciones sociales con anuncios para:”

Se hace notar que parte del texto explicativo está en inglés.

A continuación un desplegable con la leyenda: “Solo mis amigos” que si se pulsa permite discriminar entre “Solo mis amigos” y “Nadie”.

6. La opción “Anuncios basados en mis preferencias” adjunta la siguiente leyenda explicativa:

“Administra las preferencias que usamos para mostrar tus anuncios”

Adjunta un botón “Editar” que si se pulsa muestra la siguiente leyenda:

“Administra las preferencias que usamos para mostrar tus anuncios.

Queremos mostrarte anuncios que consideres relevantes. Por este motivo hemos incorporado las preferencias de anuncios, una herramienta con la que puedes ver, añadir y eliminar preferencias que hemos creado basándonos en datos como la información de tu perfil, las acciones que realizas en Facebook y



los sitios web, y las aplicaciones que utilizas fuera de Facebook. Más información.

Por ejemplo, si en tus preferencias se indica "ciclismo", es posible que veas anuncios de una tienda de bicicletas local.

Si eliminas todas las preferencias, seguirás viendo anuncios, pero es posible que te resulten menos relevantes."

Adjunta un botón "Ir a las preferencias de anuncios" que si se pulsa muestra una nueva ventana. En dicha ventana aparece la siguiente leyenda en la parte superior derecha:

"Tu información

Hay una serie de factores que influyen en los anuncios que ves. El principal es la información demográfica que obtenemos de tu perfil y actividad, como la edad, el sexo y el lugar donde te encuentras. Procuramos mantener tu información segura en todo momento."

Se adjunta un botón "Editar Perfil", que permite gestionar la información de perfil introducida por el usuario.

En la parte inferior de la ventana aparece la lista de "Intereses" recogidos por Facebook así como de "Anunciantes". El primero recoge una lista de intereses para, según la leyenda "Elige un interés para obtener una vista previa de ejemplos de anuncios que puedes ver en Facebook o para eliminarlo de tus preferencias de anuncios.". El segundo enumera lista de anunciantes que "Tienen tu información de contacto" y "Has visitado su sitio web o usado su aplicación."

En la parte superior izquierda de la ventana aparecen, desplazándose, tres leyendas de forma secuencial:

Primera:

"Tus preferencias de anuncios de Facebook

Las preferencias de anuncios te ayudan a entender qué información influye en los anuncios que ves y te permiten decidir qué anuncios verás en el futuro.

Consulta los temas que consideramos que pueden interesarte y algunos de los anunciantes que creen que sus productos, servicios y causas pueden ser de tu interés."

Segunda

"Cómo determinamos tus preferencias de anuncios

Usamos información procedente de distintas fuentes para determinar qué anuncios pueden ser relevantes y útiles para ti. Por ejemplo, la información de tu perfil de Facebook, tu actividad en Facebook y tus interacciones con las empresas pueden influir en los anuncios que ves."

Tercera

"Más información sobre los anuncios de Facebook



Queremos ayudarte a comprender el funcionamiento de nuestro sistema de anuncios y los controles disponibles en la experiencia publicitaria en Facebook, Instagram y otros lugares en los que puedes ver anuncios de Facebook.”

7. Adjunto al último mensaje que aparece, está un botón con la leyenda “*Información sobre anuncios de Facebook*” que conduce a una página titulada con la siguiente leyenda:

“Información sobre los anuncios de Facebook

¿Te has preguntado alguna vez por qué ves los anuncios que ves? Queremos que conozcas el funcionamiento de nuestro sistema de anuncios y los controles de los que dispones en tu experiencia publicitaria en Facebook, Instagram y otros lugares en los que podrías ver anuncios de Facebook.”

La información se divide en distintos apartados en los que se ofrece una explicación sobre los anuncios en Facebook, con enlaces a las páginas anteriores descritas en esta diligencia, con información adicional sobre las listas de clientes de empresas que están en Facebook, la posibilidad de enviar comentarios a Facebook directamente desde un anuncio.

8. En las páginas recogidas de Facebook no se establece un régimen de preferencias para el tratamiento de datos especialmente protegidos, no se solicita el consentimiento a priori para su tratamiento, sino que por defecto se tratan todos los datos personales para mostrar anuncios.
9. Las opciones de configuración permiten al usuario que Facebook no muestre anuncios basados en su perfil, pero esto no implica que Facebook no recoja ni trate la información para crear un perfil asociado al usuario y que conserve de forma indefinida.

1.5 TRATAMIENTO DE DATOS ESPECIALMENTE PROTEGIDOS

1. En la política de privacidad de Facebook en su versión de 29 de septiembre de 2016, disponible a la fecha del informe de inspección, consta que la información que se ofrece al usuario, sin necesidad de navegar más profundamente en el conjunto de enlaces que se proporcionan, es la siguiente:
 - No se señala específicamente que se recogen datos especialmente protegidos.
 - No se recaba consentimiento expreso para tratar datos especialmente protegidos.
 - En el siguiente apartado se señala que pueden recoger datos relativos al sujeto procedente de terceros sin su consentimiento, y no indica que pueden incluir datos especialmente protegidos:

La actividad de otros usuarios y la información que proporcionan.

Asimismo, recopilamos el contenido y la información que otras personas proporcionan cuando usan nuestros Servicios y que puede incluir información sobre ti; por ejemplo, cuando alguien comparte una foto en la que apareces, te envía un mensaje o sube, sincroniza o importa tu información de contacto.



- De igual forma, se pueden recoger los mismos datos de las redes y conexiones del usuario:

Tus redes y conexiones.

Recopilamos información sobre las personas y los grupos a los que estás conectado y cómo interactúas con ellos; por ejemplo, las personas con las que más te comunicas o los grupos con los que te gusta compartir contenido. También recopilamos la información de contacto que proporcionas si subes, sincronizas o importas esta información (por ejemplo, una libreta de direcciones) desde un dispositivo.

- De igual forma, la política de privacidad establece que se recogerán datos de terceros y que sean relativos al usuario sin especificar qué datos serán recogidos:

Información de sitios web y aplicaciones que utilizan nuestros Servicios.

Recopilamos información cuando visitas o utilizas sitios web y aplicaciones de terceros que usan nuestros Servicios (por ejemplo, cuando ofrecen nuestro botón "Me gusta" o el inicio de sesión con Facebook, o cuando usan nuestros servicios de medición y publicidad). Dicha información incluye datos acerca de los sitios web que visitas y las aplicaciones que utilizas, el uso que haces de nuestros Servicios en dichos sitios web y aplicaciones, así como datos que el desarrollador o el editor de la aplicación o del sitio web te proporciona a ti o a nosotros.

Información de socios externos.

Recibimos información sobre ti y tus actividades dentro y fuera de Facebook que nos proporcionan socios externos; por ejemplo, información de un socio cuando ofrecemos servicios de forma conjunta o de un anunciante acerca de tus experiencias o interacciones con él.

- En la política de privacidad se establece que utilizarán la información recogida para personalizar publicidad, no se enumera que información se recogerá.

Mostrar y medir anuncios y servicios.

Utilizamos la información de la que disponemos para mejorar nuestros sistemas de publicidad y medición con el fin de mostrarte anuncios relevantes, tanto en nuestros Servicios como fuera de ellos, y medir la eficacia y el alcance de los anuncios y servicios. Obtén más información sobre cómo anunciarte en nuestros Servicios y cómo controlar el modo en que se usa tu información para personalizar los anuncios que ves.

- En el apartado anterior aparece un enlace denominado "información de la que disponemos" (subrayado) en el que no ofrece explicaciones adicionales, sino que redirige a la misma política de privacidad.



2. En la configuración del perfil de usuario en Facebook existe un apartado denominado “Información básica y de contacto”.

En el mismo existen los siguientes subapartados:

- Añade tus creencias religiosas
- Añade tu ideología política

Estos subapartados, una vez seleccionados, despliegan un formulario con dos campos:

- Creencias religiosas/ Ideología política
- Descripción
- Opciones para compartir la información con los contactos de Facebook

Las opciones para compartir se establecen por defecto para “Amigos de amigos”, y son:

- Público
- Amigos de amigos
- Amigos
- Solo yo
- Personalizado

La opción personalizada permite realizar una “lista negra” de amigos con los que no compartir la información.

En el mismo apartado denominado “Información básica y de contacto” existe la posibilidad de identificar el sexo del usuario, extendido a más opciones que “hombre” o “mujer”, sino configurable por el propio usuario.

En ninguno de los apartados anteriores se solicita un consentimiento expreso para utilizar dicha información para perfilado de publicidad, ni se informa de que se puede utilizar con dicha finalidad.

3. Se realiza la siguiente comprobación: sobre una máquina con sistema operativo Windows 7 Service Pack 1 y un navegador Google Chrome versión 45.0.0245485 m, accediendo a Internet través del servicio de red privada virtual TorVPN1 al que se accedió utilizando el software OpenVPN versión 1.0.3, después de borrar todos los datos de navegación (incluidas las cookies), se procede a la creación de un nuevo perfil de usuario de la red social Facebook denominado “*****NOMBRE.1**” que es un nombre ficticio.

Además de los perfiles personales de sus usuarios, la red social permite la creación de páginas vinculadas a otro tipo de entidades (negocios, empresas, grupos de música,...). Esas páginas se crean a partir del perfil de usuario que será su administrador. Utilizando el perfil de *****NOMBRE.1** se crea una página para una empresa denominada “Visitas de Madrid al Cielo” y se procede a la configuración de ésta indicando que se prefiere contactar con usuarios de

¹ <https://torvpn.com>



España de más de 18 años. Se observa que existe la opción de seleccionar un público objeto con edades que se inician en los 13 años.

La página “Visitas de Madrid al Cielo” dispone de un enlace que permite gestionar los anuncios de dicha página dentro de la red social Facebook. La herramienta de administración muestra las campañas de publicidad asociadas a la página y, a través de la herramienta de “públicos”, permite seleccionar el público (los usuarios de la red social) a los que se mostrarán los anuncios de la página.

Se observa que, al igual que en el proceso de configuración de la página la edad del público objetivo puede seleccionarse en un rango que comienza con los 13 años.

A partir de este punto se crean diferentes públicos objetivo que tengan como criterios de selección datos especialmente protegidos.

- La herramienta de creación de público objeto dispone de una opción que permite discriminar en base a la “Situación sentimental”, con opciones como “soltero”, “Casado”, “Divorciado” o “Viudo” entre otras.

Los valores de las opciones del criterio coinciden plenamente con las opciones disponibles en el perfil de los usuarios, bajo el apartado “Familia y relaciones”, donde se puede indicar la “Situación sentimental”.

- La herramienta de creación de público objeto dispone de una opción que permite discriminar en base a la “Composición del hogar”, que dispone de dos opciones “Family-based Household”² y “Housemate-based Household”³.

Se observa que al posar el puntero del ratón sobre cada opción se muestra un pequeño recuadro que indica el número de usuario de la red social que cumplen con ese criterio.

- Algunos de los criterios, como “Afinidad étnica” y “Política”, que permiten discriminar en base a criterios de origen racial e ideología, parecen estar disponibles sólo para los usuarios de los Estados Unidos de América.
- La herramienta de creación de público objeto dispone de una opción que permite discriminar en base a “Intereses”. Esos intereses pueden adoptar distintos valores y la herramienta de creación de público objeto permite buscar entre los posibles valores o sugiere algunos valores en base a tipos predefinidos.

Se comprueba que el campo “Interés” incluye valores que permiten discriminar en función de:

- Ideología política: con intereses como “Fascista”, “Falange Española y de las JONS” o “Supremacía blanca”.

Se observa que esos mismos intereses aparecen en el perfil del usuario, en el campo “Ideología política” de la información básica del perfil.

² Personas que comparten vivienda y tienen una relación familiar directa o indirecta.

³ Personas que comparten vivienda y no tienen una relación familiar directa o indirecta.



- Vida sexual: con intereses como “Soy Homosexual”, “Matrimonio entre personas del mismo sexo” o “Bisexual community”.

Se observa que en la información básica del perfil de los usuarios se puede indicar por un lado el sexo del usuario y por otro si está interesado en hombres y/o en mujeres.

- Creencias religiosas: con intereses como “Musulmán”, “Ramadán 2015” o “Corán”.

Se observa que esos mismos intereses aparecen en el perfil del usuario, en el campo “Creencias religiosas” de la información básica del perfil.

- Salud: con intereses como “Obesidad”, “Diabetes Meltus”, “Sida” o “Tratamiento profilaxis post-exposición para el VIH”.

Se observa que en el perfil del usuario, en el grupo de información de “Acontecimientos importantes”, existe un subgrupo específico de “Salud y bienestar” que permite introducir información sobre superación de una enfermedad, abandono de un hábito, etc....

Configurando el campo de interés “Tratamiento Profilaxis post-exposición para el VIH”, junto con otros criterios de selección, Facebook manifiesta en la herramienta de configuración que tiene *“1.680 personas. Descripción: Personas que han mostrado interés por páginas relacionados con Tratamiento Profilaxis post-exposición para el VIH o que les han gustado”*.

Configurando el campo de interés “Soy homosexual”, junto con otros criterios de selección, Facebook manifiesta en la herramienta de configuración que tiene *“166.360 personas. Descripción: Personas que han mostrado interés por páginas relacionados con Soy Homosexual o que les han gustado”*.

Para poder probar la efectividad de los públicos definidos se procede a crear una campaña publicitaria pero al requerir el sistema la introducción de un medio de pago se da por finalizada la prueba.

4. Se crea un usuario en la red social Facebook, en el que no se ha introducido en la información sobre orientación sexual en el perfil del usuario, y se han realizado las siguientes acciones:

- Se ha navegado por páginas de Facebook con contenido etiquetado como “gay”.
- Se ha seleccionado la opción de seguir las noticias publicadas por usuarios que tenían un contenido relativo a la homosexualidad.

Tras realizar dichas acciones, en breves minutos Facebook ha sugerido de forma automática al usuario el consultar una página en la que se promociona el canal de televisión online Gayles en una página web que no es de Facebook “gayles.tv” (Anexo I).

En la página de configuración de anuncios que permite gestionar al usuario los “Intereses” y “Anunciantes” que ha registrado Facebook, no aparece ninguna entrada que sea referente a la categoría de anuncios mostrados (Anexo II).

Cuando se selecciona el anuncio de “gayles.tv” y se pulsa en el botón marcado en la parte superior derecha con una X para eliminar el contenido, dicho anuncio desaparece de la ventana del usuario y en su lugar aparece otro



anuncio en el que en el pie del mismo se puede leer “Soy Homosexual” que corresponde a un anuncio de un revista del mismo nombre que se publica en la página web <http://homosensual.mx/> que no pertenece a Facebook (Anexo III).

Tras acceder a la página de configuración de anuncios y configurar los anuncios en las opciones siguientes de la forma:

- o Anuncios basados en mi uso de sitios web y aplicaciones -> Seleccionado NO
- o Anuncios en aplicaciones y sitios web fuera de las empresas de Facebook -> Seleccionado NO
- o Anuncios con mis acciones sociales -> Seleccionado Nadie
- o Anuncios basados en mis preferencias -> Se navega a la página de preferencias y se eliminan todas, aunque ninguna de las preferencias tenía relación con el contenido seleccionado.

Sigue apareciendo el anuncio relativo a “Soy Homosexual” cuando se refresca la página (Anexo IV).

Se sigue refrescando dicha página y sigue apareciendo el mismo anuncio.

Se elimina dicho anuncio específicamente, pulsando en el botón marcado en la parte superior derecha con una X para eliminar el contenido. Dicho anuncio desaparece y se sustituye por anuncios con contenido genérico.

Sin realizar ninguna actividad de navegación en Facebook o Internet se vuelven activar en la página de configuración de anuncios las opciones de presentación de publicidad perfilada:

- o Anuncios basados en mi uso de sitios web y aplicaciones -> Seleccionado SI
- o Anuncios en aplicaciones y sitios web fuera de las empresas de Facebook -> Seleccionado SI
- o Anuncios con mis acciones sociales -> Seleccionado Nadie
- o Anuncios basados en mis preferencias -> Se navega a la página de preferencias y se eliminan todas, aunque ninguna de las preferencias tenía relación con el contenido seleccionado.

Y aparece una página de anuncios denominada “Lobby Gay”.

1.6 PERFILADO DE USUARIOS EN PÁGINAS DE TERCEROS

1. Con fecha 4 de mayo de 2015 se adjuntan a estas actuaciones previas de inspección informe de la Autoridad Belga de Protección de Datos titulado “Facebook Tracking Through Social Plug-ins” fechado el 27 de marzo de 2015.

En la inspección E/01147/2015/I-01 Facebook Spain S.L. manifestó desconocer el informe.

Dicho informe se centra en la utilización de la tecnología de cookies por parte de Facebook para seguir la actividad de los internautas en páginas de Internet que no son de Facebook, principalmente aquellas que incorporan el plug-in



social de Facebook. No analiza la posible utilización de otras tecnologías (huella del navegador, Flash, evercookies...).

El informe establece lo siguiente:

- Que Facebook utiliza la cookie “datr”, cuyo ámbito es el dominio Facebook.com. Contiene una cadena de 24 caracteres aleatoria y una duración de 2 años a partir del último acceso. Según la auditoría de la Autoridad Irlandesa de Protección de Datos llevada a cabo en 2011, dicha cookie utiliza para identificar el navegador del usuario. Se instala ante una primera visita a una página del dominio Facebook.com, aunque no se inicie sesión como usuario. La cookie no se encuentra cifrada, al menos en todos los casos. Facebook accede a dicha cookie, y a la URL de la página visitada, cuando una página que no es de Facebook contiene el plug-in social de Facebook, en el proceso de insertar el botón “Like” (“Me gusta”).
 - Si no existe una visita previa a una página del dominio Facebook.com, el acceso una página con el plug-in social de FACEBOOK, la cookie “datr” no se instala a menos que dicha página utilice la librería de autenticación “Facebook Connect”.
 - Que existen otras tres cookies: “fr” que contiene cifrado el identificador de usuario de FACEBOOK y el identificador del navegador, con propósito de publicidad y duración tres meses; “lu” que contiene cifrado el identificar del último usuario para autologin con duranción de dos años y “locale” que indica la localización del último usuario con duración de una semana. Estas cookies sólo se instalan, conjuntamente con la “datr” antes señalada, en el caso de que un usuario se registre en FACEBOOK o cuando accede posteriormente a su cuenta. Cuando un usuario cierra su sesión, las mismas se envían a FACEBOOK cuando consultan páginas de terceros que incluyen el plug-in social. Se produce la misma situación cuando un usuario desactiva su cuenta en FACEBOOK y no borra las cookies.
 - En dicho informe se establece a su vez que los mecanismos de Opt-out ofrecidos por FACEBOOK a través del European Interactive Digital no impiden el seguimiento de usuarios. En el caso de usuarios que no han realizado ninguna interacción previa con páginas del dominio facefook.com, la utilización de esta opción instala la cookie “datr”, e instala una nueva cookie denominada “oo” con un identificador unívoco. En caso de usuarios de FACEBOOK, la utilización de las opciones de opt-out no elimina las cookies previamente instaladas, lo que ocasiona que a pesar de seleccionar el no seguimiento, la interacción con páginas de terceros que contengan el plug-in social implica el intercambio de al menos las cookies “dart” y “fr”.
2. En relación con el informe anterior se realiza la siguiente comprobación en Internet:
- En primer lugar se consulta una página que lista los blogs más influyentes en español en la dirección siguiente:
- <http://www.notengosuelto.com/blog/Los-blogs-mas-famosos-influyentes-en-espaol>



De los que aparecen listados en el apartado "Actualidad Tecnológica" se seleccionan los siguientes blogs, que incluyen el botón "Me gusta" de Facebook asociado a sus entradas:

- <http://www.xataka.com/>
- <http://www.whatsnew.com/>
- <http://www.applesfera.com/>

Para realizar una prueba se crea una máquina virtual con sistema operativo Windows XP Service Pack 3 y un navegador Firefox versión 38.0.1. No hay utilización previa de la máquina virtual ni del navegador. La configuración del navegador Firefox es la configuración por defecto, lo que implica que acepta cookies.

La versión del navegador Firefox utilizada proporciona en el menú Herramientas->Desarrollador Web->Mostrar Herramientas la posibilidad de visualizar, entre otros, las distintas llamadas a servidor que realiza una página web cuando carga en el ordenador del usuario su contenido, seleccionando la opción "Red". Entre ellas, y en el caso que nos ocupa, las llamadas a los servidores de Facebook en el dominio www.facebook.com para cargar el componente que implementa el botón "Me gusta". Para cada llamada, las herramientas permiten determinar qué cookies se envían al servidor asociadas al método llamante (GET o POST) y que cookies se descargan del servidor en la respuesta a dichos métodos.

Se accede a los tres blogs anteriores de forma sucesiva. En cada uno de ellos se analizan las llamadas al dominio www.facebook.com que realizan las páginas para implementar el botón "Me gusta" de Facebook. Estas llamadas se implementan con un método GET que invoca al archivo `like.php` en el dominio www.facebook.com asociando a la llamada un identificador la página en la que se encuentra el elemento incrustado (en este caso el blog) y un identificador para discriminar el contenido dentro de la página al que está asociado.

Se comprueba que en ningún caso la llamada al elemento "Me gusta" intercambia cookies entre la máquina virtual y el servidor www.facebook.com.

A continuación, se accede a una página del dominio www.facebook.com pero sin darse de alta como usuario. En este caso, se accede a la página www.facebook.com. En el análisis del tráfico y de las cookies descargada se advierte la instalación de la cookie `"_js_datr"` con valor `"cA9hVcT_bay~jgFBsqjWOpJ"`. En este caso, el identificador no está asociado a ningún usuario dado de alta en Facebook.

A continuación, se cierra el navegador, se vuelve a iniciar y se consultan sucesivamente los tres blogs anteriores. Analizando el tráfico de peticiones al servidor www.facebook.com que realizan las páginas anteriores para descargar el componente que implementa el botón "Me gusta" se comprueba que en la llamada al servidor se incluye como parámetro la cookie `"_js_datr"` con el mismo valor anterior. Esto se produce en los tres blogs, y para cada una de las implementaciones del botón "Me gusta" (si en la página aparece "n" veces se realizarán "n" llamadas incluyendo en todas ellas el valor de la cookie `"_js_datr"`). Por lo tanto, el acceso a los tres blogs están relacionado en los servidores de Facebook por el valor `"cA9hVcT_bay~jgFBsqjWOpJ"`.



A continuación, se cierra el navegador, se vuelve a iniciar el navegador y se accede a la página www.facebook.com y, como anteriormente, no se inicia sesión como usuario autenticado. Analizando las llamadas a Facebook y las cookies instaladas, se comprueba que se transmite a los servidores del dominio www.facebook.com la cookie "_js_datr" con valor "cA9hVcT_bay~jgFBsqjWOpJ" y que se instala en el navegador la cookie "datr" con el mismo valor que tenía la cookie "_js_datr", eliminándose esta última.

A continuación, se cierra el navegador, se vuelve a iniciar y se consultan el blog Xataka. Analizando el tráfico de peticiones al servidor www.facebook.com que realiza el blog para descargar el componente que implementa el botón "Me gusta" se comprueba que en la llamada al servidor se incluye como parámetro la cookie "datr" con el mismo valor anterior. Volviendo a una página de Facebook sin darse de alta como usuario, el valor de la cookie "datr" anteriormente señalado se vuelve a transmitir a los servidores de Facebook.

A continuación, se accede a la cuenta de un usuario de Facebook, identificándose e iniciando una sesión con un usuario previamente existente. El tráfico de Internet que descarga los elementos que forman parte de la página inicial del usuario en Facebook muestra varias llamadas a los servidores de www.facebook.com que incluyen la transmisión de la cookie "datr" con el valor "cA9hVcT_bay~jgFBsqjWOpJ". Este valor es el mismo que tomaban las cookies "_js_datr" y "datr" en todas las llamadas a los elementos de www.facebook.com cuando se estaban accediendo a páginas de terceros que contenía el botón "Me gusta" y el usuario aún no se había iniciado sesión por primera vez en Facebook en la máquina virtual utilizada para las pruebas. El hecho de intercambiar el mismo identificador permitiría asociar la actividad realizada en Internet de forma anterior a iniciar sesión como usuario de Facebook, a dicho nombre de usuario.

A continuación, se cierra la cuenta del usuario anterior y se crea una nueva cuenta de usuario de Facebook, distinta a la empleada en el párrafo anterior, en otra máquina distinta, posterior a todas las acciones realizadas en la presente diligencia, y se accede a la misma. El tráfico de los elementos que forman la página inicial de este nuevo usuario muestra varias llamadas a los servidores de www.facebook.com que incluyen la transmisión de la cookie "datr" con el valor "cA9hVcT_bay~jgFBsqjWOpJ". Como en el caso del primer usuario, este valor es el mismo que tomaban las cookies "_js_datr" y "datr" en todas las llamadas a elementos de www.facebook.com cuando se estaban accediendo a páginas de terceros y el usuario no se había dado de alta por primera vez en la máquina virtual. Este valor también permitiría enlazar la actividad de las dos cuentas de usuario.

A continuación, se cierra la cuenta del usuario (no hay usuarios dados de alta) y se consultan el blog Xataka. Analizando el tráfico de peticiones al servidor www.facebook.com que realiza el blog para descargar el componente que implementa el botón "Me gusta" se comprueba que en la llamada al servidor se incluye como parámetro la cookie "datr" con el mismo valor que había tomada en todas las llamadas anteriores al servidor de Facebook durante el acceso a la cuenta de los dos usuarios registrados, y cuando se estaba accediendo a páginas de terceros que tenían un componente de Facebook y no se había iniciado una sesión en un usuario de Facebook.



3. Con fecha 14 de marzo de 2016, se realizó una visita de inspección a las instalaciones de Facebook Spain, en la que representantes de Facebook Spain, Facebook Ireland y del grupo Facebook realizaron las siguientes manifestaciones en relación con la cookie datr:
- En primer lugar, dado que el escrito en el que se informaba acerca de la visita requería específicamente la asistencia de un “representante del departamento técnico” y que Facebook Spain, S.L. no tiene ningún empleado con un perfil técnico especializado en cookies, Facebook ha facilitado la presencia de D. A.A.A.
 - La cookie datr se instala únicamente en los navegadores de los usuarios cuando el usuario visita una página del dominio Facebook.com.
 - A la pregunta relativa a cómo actúan las cookies dart para los usuarios no registrados en la plataforma Facebook, el Sr. A.A.A. explica que cuando un usuario no registrado visita por primera vez una página del dominio Facebook.com, aparece un mensaje en un banner sobre la utilización de cookies, y en ese mensaje se manifiesta que la navegación en dicho dominio implica la aceptación de dichas cookies. También está fácilmente accesible una política de cookies.
 - Cuando se accede a una página de otro editor, distinto de Facebook, pero que entre el contenido de la página se incluye el botón “Me gusta” o “Like” de Facebook, se produce un acceso a los servidores de Facebook para la descarga del botón mediante llamadas HTTP. Formando parte de esa llamada HTTP se envían las cookies a los servidores de Facebook, en particular la cookie datr previamente instalada en el ordenador del usuario.
 - Si no se ha realizado una visita previa a una página del dominio Facebook.com, el acceso a la página de un tercero, que incluya el botón “Me gusta” de Facebook en su contenido, no tiene como consecuencia la instalación de dicha cookie, y por lo tanto la transmisión de la información asociada a la misma en los accesos HTTP a los servidores de Facebook.
 - En el caso de que se pulse el botón “Me gusta” en la página de un editor fuera del dominio Facebook.com, sí se instala la cookie datr en el dispositivo del usuario –si no estuviera previamente instalada– si el usuario continua navegando dentro del pop-up del dominio de Facebook.com que se genera con la acción de pulsar el botón de “Me gusta” y habiéndole mostrado el banner de cookies, como es habitual; ya que ello supone el acceso a una página del dominio Facebook.com y, por lo tanto, el uso continuado de dicho dominio, indicando un consentimiento a la instalación de dichas cookies.
 - Hasta donde tienen conocimiento los asistentes por parte de Facebook, los datos que se recogen con la utilización de la cookie datr son aquellos que forman parte de los parámetros de una llamada HTTP estándar. Sin embargo, los asistentes por parte de Facebook no pueden confirmar en la entrevista las categorías concretas de datos que se recaban. Esta información incluirá, probablemente, la página de origen del usuario (el referrer), el idioma seleccionado y el User-Agent.
 - La información de impresión del social plugin transmitida a través de la llamada HTTP se almacena asociada al identificador de la cookie datr en



los servidores de Facebook durante un máximo de 10 días para los usuarios no registrados en el servicio de Facebook o los usuarios del servicio de Facebook que hayan cerrado la sesión en el correspondiente navegador. Esta información recogida mediante la cookie datr se elimina cuando tiene una antigüedad mayor de 10 días.

- Un identificador asociado a un navegador mediante la cookie datr, se asociará a ese mismo navegador. Preguntados acerca de cuánto tiempo se conserva dicho identificador, los asistentes de Facebook contestan que, respecto a los usuarios no registrados en Facebook.com, la cookie datr tiene un plazo de expiración de dos años desde la fecha inicial en la que se produjo la navegación inicial en el sitio Facebook.com.
- La cookie datr tiene el propósito de proteger la seguridad de la plataforma de Facebook, la integridad del servicio y la de las cuentas de sus usuarios.
- El mecanismo de protección se basa en conseguir información sobre el patrón de navegación de los usuarios (reales -humanos- o posiblemente virtuales -robots-) que intentan interactuar con una página del dominio Facebook.com o acceder a la cuenta de un usuario.
- Facebook instala la cookie datr desde el dominio de Facebook porque de esta forma tiene mayores oportunidades de identificar el tráfico potencialmente ilícito que vuelve al sitio web. Mediante los datos recogidos por la instalación y utilización de la cookie datr, se puede asociar un patrón de navegación al identificador almacenado en la cookie datr almacenada en el sistema de dicho usuario. Ese patrón se construye al recoger información sobre las páginas a través de las que ha navegado y que incluyen el botón “Me gusta”, y asociarla en los servidores de Facebook a dicho identificador de la cookie datr.
- Facebook revisa el patrón de navegación de los navegadores (registrados en los servidores de Facebook durante los últimos 10 días) asociados al identificador y puede estimar el grado de fiabilidad de un usuario en particular como un usuario legítimo y no como una amenaza potencial en el momento en el que ese usuario retorna a una página del dominio Facebook.com. Los usuarios que son amenazas potenciales, malware, robots u otros sistemas automáticos pueden manifestar un patrón de navegación distinto a la de los usuarios reales.
- De esa forma, en caso de que se detecte un usuario ilegítimo, como puede ser un intento de adivinar las claves de usuarios o una ataque de denegación de servicio, Facebook puede poner en marcha mecanismos adicionales de seguridad para el acceso a las páginas del dominio Facebook.com, en particular al intento de acceso a las cuentas de sus usuarios.
- Una de esas medidas adicionales puede ser poner en marcha mecanismos para detectar si el usuario es un humano, como puede ser la solicitud de completar un captcha.
- Se realizan alrededor de 400.000 acciones de protección diarias en intentos de acceso a cuentas de usuarios de Facebook basadas en la información proporcionada por la cookie datr.



- La cookie datr no se utiliza actualmente para otros propósitos y, en particular, para el perfilado de usuarios con propósito de mostrar publicidad.
 - Facebook Spain, S.L. no participa en ninguna actividad relacionada con la definición, utilización o gestión de la cookie datr o de la información recogida por la misma.
4. En el apartado 4 de la “Declaración de Derechos y Responsabilidades” Facebook manifiesta que el propósito del servicio que proporciona es que los usuarios estén identificados con su nombre real, que tengan una única cuenta y que se tomarán medidas para garantizar que así sea:

4 Seguridad de la cuenta y registro

Los usuarios de Facebook proporcionan sus nombres e información reales y necesitamos tu colaboración para que siga siendo así. Estos son algunos de los compromisos que aceptas en relación con el registro y mantenimiento de la seguridad de tu cuenta:

1. *No proporcionarás información personal falsa en Facebook, ni crearás una cuenta para otras personas sin su autorización.*
 2. *No crearás más de una cuenta personal.*
 3. *Si inhabilitamos tu cuenta, no crearás otra sin nuestro permiso.*
 4. *No utilizarás tu biografía personal para tu propio beneficio comercial, sino que para ello utilizarás una página de Facebook.*
 5. *No utilizarás Facebook si eres menor de 14 años.*
 6. *No utilizarás Facebook si has sido declarado culpable de un delito sexual.*
 7. *Mantendrás la información de contacto exacta y actualizada.*
 8. *No compartirás tu contraseña (o, en el caso de los desarrolladores, tu clave secreta), no dejarás que otra persona acceda a tu cuenta ni harás nada que pueda poner en peligro la seguridad de tu cuenta.*
 9. *No transferirás la cuenta (incluida cualquier página o aplicación que administres) a nadie sin nuestro consentimiento previo por escrito.*
 10. *Si seleccionas un nombre de usuario o identificador similar para tu cuenta o página, nos reservamos el derecho de eliminarlo o reclamarlo si lo consideramos oportuno (por ejemplo, si el propietario de una marca comercial se queja por un nombre de usuario que no esté estrechamente relacionado con el nombre real del usuario).*
5. Con fecha 7 de noviembre de 2016 se comprueba la información sobre cookies del sitio Facebook.com con el siguiente resultado:
- Existe un aviso de primera capa con la siguiente leyenda:
Usamos cookies para personalizar el contenido, adaptar y evaluar los anuncios, y ofrecer una experiencia más segura. Al hacer clic o navegar



en el sitio, aceptas que recopilemos información dentro y fuera de Facebook mediante cookies. Obtén más información, incluida la relativa a los controles disponibles, aquí: Política de cookies.

- Existe un aviso de segunda capa, accesible desde la primera capa, y accesible también en los enlaces que la página mantiene de forma permanente en el pie de la misma. Tiene la siguiente información:

El enlace política de cookies

Cookies y otras tecnologías de almacenamiento

Las cookies son pequeños fragmentos de texto utilizados para almacenar información sobre navegadores web. Se utilizan para almacenar y recibir identificadores y otros datos sobre computadoras, teléfonos y otros dispositivos. Otras tecnologías, incluidos los datos que almacenamos sobre tu navegador web o dispositivo, los identificadores asociados a tu dispositivo y otras herramientas de software, se utilizan con fines similares. A los efectos de esta política, todas estas tecnologías reciben el nombre de "cookies".

Utilizamos cookies si tienes una cuenta de Facebook, utilizas los servicios de Facebook, incluido nuestro sitio web y nuestras aplicaciones (independientemente de que te registres o no, o de que inicies o no sesión), o visitas otros sitios web y aplicaciones que utilizan los servicios de Facebook (incluido el botón "Me gusta" o nuestras herramientas de publicidad). En esta política, se explica el uso que hacemos de las cookies y las opciones de las que dispones.

- En la misma página se despliegan un conjunto de enlaces que conducen, entre otros, a una información más extensa en una tercera capa,

Más recursos

- *Política sobre cookies para imprimir*
 - *Política de datos*
 - *Condiciones*
 - *Configuración de anuncios de Facebook*
 - *Aspectos básicos de la privacidad*
- Esa tercera capa contiene información con fecha de actualización 26 de mayo de 2016 y es la que sigue:

Cookies y otras tecnologías de almacenamiento

Las cookies son pequeños fragmentos de texto utilizados para almacenar información sobre navegadores web. Se utilizan para almacenar y recibir identificadores y otros datos sobre computadoras, teléfonos y otros dispositivos. Otras tecnologías, incluidos los datos que almacenamos sobre tu navegador web o dispositivo, los identificadores asociados a tu dispositivo y otras herramientas de software, se utilizan con fines similares. A los



efectos de esta política, todas estas tecnologías reciben el nombre de "cookies".

Utilizamos cookies si tienes una cuenta de Facebook, utilizas los servicios de Facebook, incluido nuestro sitio web y nuestras aplicaciones (independientemente de que te registres o no, o de que inicies o no sesión), o visitas otros sitios web y aplicaciones que utilizan los servicios de Facebook (incluido el botón "Me gusta" o nuestras herramientas de publicidad). En esta política, se explica el uso que hacemos de las cookies y las opciones de las que dispones.

¿Por qué utilizamos cookies?

Las cookies nos ayudan a prestar, proteger y mejorar los servicios de Facebook, por ejemplo, para personalizar el contenido, adaptar los anuncios y medir su rendimiento, y brindar una mayor seguridad. Si bien las cookies que utilizamos en ocasiones pueden cambiar a medida que mejoramos y actualizamos los servicios de Facebook, por lo general, se incluyen en las siguientes categorías de uso:

Autenticación

Utilizamos cookies para verificar tu cuenta y determinar cuándo inicias sesión, con el fin de ayudarte a acceder a los servicios de Facebook y mostrarte la experiencia y las funciones correspondientes.

Por ejemplo: utilizamos cookies para mantener tu sesión abierta mientras navegas entre páginas de Facebook. Las cookies también nos ayudan a recordar tu navegador, de tal modo que no tengas que iniciar constantemente sesión en Facebook y puedas hacerlo fácilmente mediante aplicaciones y sitios web de terceros.

Seguridad e integridad de los sitios y productos

Utilizamos cookies para proteger tu cuenta, tus datos y los servicios de Facebook.

Por ejemplo: las cookies pueden ayudarnos a determinar e imponer medidas adicionales de seguridad en caso de que alguien intente acceder a una cuenta de Facebook sin autorización, por ejemplo, adivinando rápidamente diferentes contraseñas. También utilizamos cookies para almacenar información que nos permita recuperar tu cuenta en caso de que olvides tu contraseña o para solicitar información adicional de autenticación si nos indicas que te robaron la cuenta.

También utilizamos cookies para luchar contra actividades que infrinjan nuestras políticas o afecten de cualquier otro modo nuestra capacidad para prestar los servicios de Facebook.

Por ejemplo: las cookies nos ayudan a combatir el spam y los ataques de phishing, al permitirnos identificar las computadoras que se usaron para crear un gran número de cuentas de



Facebook falsas. También utilizamos cookies para detectar las computadoras infectadas con malware y adoptar medidas que impidan daños mayores. Las cookies también nos ayudan a impedir que los menores de edad se registren en Facebook.

Publicidad, estadísticas y mediciones

Utilizamos cookies para mostrar anuncios de negocios y otras organizaciones a personas que pueden estar interesadas en los productos, los servicios o las causas que promocionan.

Por ejemplo: las cookies nos permiten mostrar anuncios a personas que ya visitaron el sitio web de un negocio, compraron sus productos o utilizaron sus aplicaciones. Asimismo, nos permiten limitar el número de veces que se muestra un anuncio, de tal modo que no veas el mismo anuncio una y otra vez.

También utilizamos cookies para medir el rendimiento de las campañas publicitarias de negocios que utilizan los servicios de Facebook.

Por ejemplo: utilizamos cookies para llevar un recuento del número de veces que se muestra un anuncio y calcular su costo. También utilizamos cookies para medir la frecuencia con la que se realizan determinadas acciones, como hacer clic en un anuncio o visualizarlo.

Las cookies nos ayudan a mostrar y medir anuncios en diferentes navegadores y dispositivos utilizados por la misma persona.

Por ejemplo: podemos utilizar cookies para impedir que veas el mismo anuncio una y otra vez en los diferentes dispositivos que utilices.

Las cookies también nos permiten proporcionar estadísticas sobre las personas que usan los servicios de Facebook, y sobre las personas que interactúan con los anuncios, los sitios web y las aplicaciones de nuestros anunciantes y de los negocios que utilizan los servicios de Facebook.

Por ejemplo: utilizamos cookies para ayudar a los negocios a conocer qué tipo de personas indican que les gusta su página de Facebook o usan sus aplicaciones, de tal modo que puedan ofrecer contenido más relevante y desarrollar funciones con mayores probabilidades de interesar a sus clientes.

También utilizamos cookies para ayudarte a indicar que no quieres ver anuncios de Facebook en función de tu actividad en sitios web de terceros. Obtén más información sobre los datos que recibimos, cómo decidimos qué anuncios mostrarte tanto dentro de los servicios de Facebook como fuera de estos, y los controles que tienes a tu disposición.

Funciones y servicios del sitio



Utilizamos cookies para habilitar las funciones que nos ayudan a prestar los servicios de Facebook.

Por ejemplo: las cookies nos ayudan a almacenar preferencias, conocer cuándo viste contenido de servicios de Facebook o interactuaste con él, y ofrecerte contenido y experiencias personalizadas. Por ejemplo, nos permiten realizar sugerencias a las personas y personalizar el contenido de sitios de terceros que integren nuestros plugins sociales. Si eres administrador de una página, las cookies te permiten publicar en nombre de tu cuenta personal de Facebook o de tu página.

También utilizamos cookies a fin de ofrecerte contenido relevante para tu configuración regional.

Por ejemplo: podemos almacenar información en una cookie colocada en tu navegador o dispositivo para que veas el sitio web en el idioma de tu preferencia.

Rendimiento

Utilizamos cookies para ofrecerte la mejor experiencia posible.

Por ejemplo: las cookies nos ayudan a dirigir el tráfico entre los servidores y para conocer con qué rapidez se cargan los servicios de Facebook para cada persona. También nos ayudan a registrar la relación de aspecto y las dimensiones de tu pantalla y tus ventanas, y a saber si tienes habilitado el modo de contraste alto, para que podamos mostrar correctamente nuestros sitios y aplicaciones.

Análisis e investigación

Utilizamos cookies para conocer mejor cómo se usan los servicios de Facebook, con el fin de mejorarlos.

Por ejemplo: las cookies nos ayudan a conocer cómo se utilizan los servicios de Facebook, a analizar qué partes de los servicios resultan más útiles e interesantes, y a identificar funciones susceptibles de mejora.

¿Cómo utilizamos las cookies?

Podemos colocar cookies en tu computadora o dispositivo y recibir información almacenada en ellas cuando utilices o visites:

- Los servicios de Facebook*
- Servicios prestados por miembros del grupo de empresas de Facebook*
- Servicios prestados por otras empresas que utilicen los servicios de Facebook (por ejemplo, empresas que incorporen el botón "Me gusta" o servicios publicitarios de Facebook en sus sitios web o aplicaciones)*

También podemos definir y recibir información almacenada en cookies de otros dominios utilizados por el grupo de empresas



de Facebook, incluidos "admt.com", "liverail.com" e "Instagram.com".

¿Otras partes utilizan cookies con relación a los servicios de Facebook?

Sí, otras partes pueden utilizar cookies en los servicios de Facebook para prestarnos servicios a nosotros y a los negocios que se anuncian en Facebook.

Por ejemplo, nuestros socios de medición utilizan cookies en los servicios de Facebook para ayudar a los anunciantes a conocer la eficacia de sus campañas publicitarias de Facebook y a comparar el rendimiento de dichas campañas con el de los anuncios mostrados en otros sitios web y en otras aplicaciones. Obtén más información sobre las empresas que utilizan cookies en los servicios de Facebook.

Terceros también utilizan cookies en sus propios sitios y aplicaciones con relación a los servicios de Facebook. Para conocer cómo utilizan otras partes las cookies, consulta nuestras políticas.

¿Cómo puedes controlar el uso que hace Facebook de las cookies para mostrarte anuncios?

Una de las finalidades de utilizar cookies es mostrarte anuncios útiles y relevantes dentro y fuera de Facebook. Puedes controlar cómo utilizamos los datos para mostrarte anuncios mediante las herramientas que se describen a continuación.

Si tienes una cuenta de Facebook:

- Puedes usar tus preferencias de anuncios para saber por qué ves un anuncio en particular y controlar el uso que hacemos de la información que recopilamos para mostrarte anuncios.*
- Algunos de los anuncios que ves se basan en tu actividad en sitios web y aplicaciones fuera del grupo de empresas de Facebook. Es lo que denominamos "publicidad en internet basada en intereses". Puedes controlar si quieres ver anuncios en internet basados en intereses de Facebook en la configuración de anuncios.*
- La red de público de Facebook permite a los anunciantes mostrarte anuncios en aplicaciones y sitios web fuera del grupo de empresas de Facebook. Una de las formas en las que la red de público muestra anuncios relevantes es mediante tus preferencias de anuncios con el fin de determinar qué anuncios es posible que tengas interés en ver. Puedes controlarlo en la configuración de anuncios.*

Todos:

puedes indicar que no quieres ver anuncios en internet basados en intereses de Facebook ni de otras empresas participantes a través de la Digital Advertising Alliance



*en los EE. UU., de la Digital Advertising Alliance of Canada
en Canadá, de la European Interactive Digital Advertising
Alliance
en Europa, o en la configuración de tu dispositivo móvil.*

Más información sobre la publicidad en internet:

*las agencias de publicidad con las que trabajamos suelen usar
cookies y otras tecnologías similares como parte de sus
servicios. Para obtener más información sobre el uso que hacen
los anunciantes de las cookies y las opciones que ofrecen,
consulta las siguientes direcciones web:*

- Digital Advertising Alliance*
- Digital Advertising Alliance of Canada*
- European Interactive Digital Advertising Alliance*

Controles de cookies de navegadores:

*además, tu navegador o tu dispositivo pueden ofrecer opciones
de configuración que te permiten indicar si quieres que se usen
cookies de navegadores y eliminarlas. Para obtener más
información sobre estos controles, visita el material de ayuda de
tu navegador o dispositivo. Es posible que algunos servicios de
Facebook no funcionen correctamente si deshabilitas el uso de
cookies en el navegador.*

Fecha de la última revisión: 26 de mayo de 2016

- Se constata que no se instalan cookies antes de mostrar el primer
aviso, y que incluso no se instalan cookies cuando se consultan los
enlaces relativos a la política de cookies.*

6. En la política de privacidad existe un párrafo relativo a la política de cookies además de un enlace a dicha política:

*Utilizamos cookies y tecnologías similares para prestar y
mantener nuestros Servicios, además de cada uno de los usos
expuestos y descritos en este apartado de nuestra política.
Consulta nuestra Política de cookies para obtener más
información.*

7. Con fecha 2 de enero de 2017 se constata que la información que ofrece Facebook en su apartado para desarrolladores no informa de la utilización de cookies cuando el editor de la página web incluye el botón “Me gusta” en páginas de terceros.

- En la información que se ofrece a los editores de los sitios web en el
apartado Facebook Developers en relación con la incorporación Plug-
ins sociales a las páginas de Internet, existe un apartado específico
para el botón “Me gusta” en el que se describe la instalación de dicho
botón, pero no se informa sobre la utilización de cookies.*
- Existe un apartado de “Preguntas Frecuentes” en el que no hay un
apartado sobre las cookies utilizadas, su propósito o limitaciones.*



8. Con fecha 6 de enero de 2017 se constata que Facebook incluye las siguientes cookies en páginas de terceros que incluyen el botón “Me gusta”.

Se incluyen un total de 8 cookies:

- c_user
- csm
- datr
- dpr
- fr
- lu
- s
- sb
- xs

Todas las cookies son persistentes, con hasta dos años de persistencia.

- La cookie c_user contiene la identificador del usuario en Facebook.
- La cookie csm se emplea para redirigir al navegador a conexiones https.
- Las cookies datr se utiliza para determinar unívocamente a un usuario, aunque este no tenga cuenta en Facebook.
- La cookie dpr permite la interacción con Facebook
- La cookie fr es utilizada para publicidad y contiene una versión cifrada del identificador del usuario en Facebook y del identificador del navegador.
- La cookie lu contiene el identificador cifrado del último usuario.
- Las cookies sb, s no tienen propósitos conocidos.
- La cookie xs contiene un número de sesión y un valor secreto.

1.7 INFORMACIÓN SOBRE PERFILADO EN TERCEROS Y SOBRE EJERCICIO DE DERECHOS

1. En la política de privacidad de Facebook en su versión de 29 de septiembre de 2016, disponible a la fecha del informe de inspección, consta que la información que se ofrece al usuario sin necesidad de navegar más profundamente en el conjunto de enlaces que se proporcionan:

- Manifiestan que tratan los datos, dentro de Facebook y con socios externos, con el propósito de perfilar la fiabilidad del usuario en servicios de terceros, sin especificar qué tipo de información se utilizará:

Es posible que también accedamos, preservemos y compartamos información cuando creamos de buena fe que es necesario para detectar, evitar y combatir el fraude y otras actividades ilegales; para protegerte a ti, a otras personas y a nosotros, también como parte de investigaciones, así como para evitar que se produzcan muertes o daños físicos inminentes. Por



ejemplo, podemos proporcionar información a socios externos acerca de la fiabilidad de tu cuenta con el fin de prevenir el fraude y las conductas ilícitas dentro y fuera de nuestros Servicios.

- No existe en la política de privacidad un apartado específico para el ejercicio de los derechos, aunque se proporcionan direcciones de contacto bajo el epígrafe “Cómo hacer llegar tus dudas a Facebook”:

Cómo hacer llegar tus dudas a Facebook

Para obtener más información sobre la privacidad en Facebook, consulta Aspectos básicos de la privacidad. Si tienes preguntas acerca de esta política, puedes ponerte en contacto con nosotros utilizando la siguiente información:

Si vives en Estados Unidos o en Canadá:

Ponte en contacto con Facebook, Inc. a través de internet o por correo postal en la dirección:

*Facebook, Inc.
1601 Willow Road
Menlo Park, CA 94025*

Si vives en otro país:

La entidad de control de datos responsable de tu información es Facebook Ireland Ltd., con quien te puedes poner en contacto a través de internet o por correo postal en la dirección:

*Facebook Ireland Ltd.
4 Grand Canal Square
Grand Canal Harbour
Dublin 2 Ireland*

1.8 UTILIZACIÓN DEL CONTENIDO DE LA COMUNICACIÓN PARA PERFILADO

1. La AEPD tuvo conocimiento de una noticia de la agencia Reuters en la que se divulga la existencia de una denuncia contra Facebook por explorar el contenido de los mensajes de los usuarios para extraer información empleada en el perfilado de publicidad.

La noticia hace referencia al caso No. 13-5996 Campbell versus Facebook Inc, en el U.S. District Court, Northern District of California. Dicha demanda está en curso, y los documentos asociados a la misma están disponibles de forma pública en la siguiente dirección de Internet:

<http://dockets.justia.com/docket/california/candce/5:2013cv05996/273216>

En el documento numerado como 1 y titulado “COMPLAINT against Facebook Inc.” el denunciante manifiesta que el sistema de mensajes de FACEBOOK no es privado, sino que el contenido de los mensajes se explora por la compañía. En particular, las URL (direcciones de Internet) incluidas en los mensajes son leídas, se accede a dichos enlaces, y las páginas a las que se refiere dicho enlace son exploradas para enriquecer el perfil del usuario que las ha enviado.



El envío de dichos enlaces se trata como un “Me gusta” del emisor sobre esa página.

En el documento número 29 titulado “MOTION to Dismiss Consolidated Amended Complaint filed by Facebook Inc.” Facebook manifiesta que existe consentimiento por parte del usuario para el acceso a la información enviada en los mensajes, incluso para su utilización en el perfilado de los usuarios. Además, el tratamiento de las direcciones URL tienen un propósito técnico, el de agilizar la transmisión de datos y proporcionar un visión previa de la página referida en la URL. Es más, que el posible tratamiento para enriquecer el perfil del usuario entraría en el marco del negocio legítimo de FACEBOOK.

El procedimiento está pendiente de conclusión.

2. En la inspección E/01147/2015/I-01 Facebook Spain S.L. manifestó desconocer el caso.
3. En relación con la política de privacidad que se declara en la página www.facebook.com en el enlace “Política de Datos” <https://www.facebook.com/about/privacy/>:

- a. La versión actual está fechada el 30 de enero de 2015
- b. En el apartado ¿Qué tipo de información recopilamos? Se señala explícitamente:

“Recopilamos el contenido ... cuando envías mensajes o te comunicas con otros usuarios”

- c. ¿Cómo utilizamos esta información?

“Mostrar y medir anuncios y servicios.

Utilizamos la información de la que disponemos para mejorar nuestros sistemas de publicidad y medición, de tal modo que podamos mostrarte anuncios relevantes, tanto en nuestros servicios como en servicios de terceros, y medir la eficacia y el alcance de los anuncios y servicios”

1.9 PERIODOS DE RETENCIÓN

1. En la página de Facebook en la que se expone la “Políticas de Datos”, la empresa manifiesta que la información se almacenará el tiempo suficiente para proporcionar los productos y servicios, y aquellos necesarios para cumplir con requerimientos legales:

“IV. ¿Cómo puedo administrar o eliminar información sobre mí?

Puedes administrar el contenido y la información que compartes al usar Facebook mediante la herramienta Registro de actividad. También puedes descargar información asociada a tu cuenta de Facebook con nuestra herramienta Descarga tu información.

Almacenamos los datos durante el tiempo necesario para facilitarte productos y servicios, a ti y otros usuarios, incluidos los descritos anteriormente. La información asociada a tu cuenta se conservará hasta que la cuenta se elimine, a menos que ya no necesitemos los datos para ofrecer los productos y servicios.



Puedes eliminar tu cuenta en cualquier momento. Cuando eliminas tu cuenta, eliminamos lo que hayas publicado, como tus fotos y actualizaciones de estado. Si no quieres eliminar la cuenta pero quieres dejar de usar Facebook por un tiempo, puedes desactivarla. Para obtener más información sobre cómo desactivar o eliminar tu cuenta, haz clic aquí. Ten en cuenta que la información sobre ti que otras personas hayan compartido no forma parte de tu cuenta y no se retirará cuando la elimines.

V. ¿Cómo respondemos a requerimientos legales o evitamos que se produzcan daños?

Podemos acceder a tu información, conservarla y compartirla en respuesta a un requerimiento legal (como una orden de registro, orden judicial o citación) si creemos de buena fe que la ley así lo exige. Esto puede incluir la respuesta a requerimientos legales de jurisdicciones ajenas a los Estados Unidos cuando creamos de buena fe que la legislación de esa jurisdicción exige dicha respuesta, que afecta a los usuarios en dicha jurisdicción y que resulta coherente con estándares reconocidos internacionalmente. Es posible que también accedamos, preservemos y compartamos información cuando creamos de buena fe que es necesario para detectar, evitar y combatir el fraude y otras actividades ilegales; para protegerte a ti, a otras personas y a nosotros, también como parte de investigaciones, así como para evitar que se produzcan muertes o daños físicos inminentes. Por ejemplo, podemos proporcionar información a socios externos acerca de la fiabilidad de tu cuenta con el fin de prevenir el fraude y las conductas ilícitas dentro y fuera de nuestros Servicios. Es posible que consultemos, procesemos o conservemos la información que recibamos sobre ti (incluida información sobre transacciones financieras relativa a compras realizadas con Facebook) durante un período prolongado de tiempo cuando esté sujeta a una solicitud u obligación judicial, una investigación gubernamental o investigaciones relacionadas con posibles infracciones de nuestras políticas o condiciones, o bien para evitar daños. También podemos conservar información sobre las cuentas que se han desactivado por incumplir nuestras condiciones y guardar sus datos durante un mínimo de un año para evitar que se repitan conductas abusivas o infracciones de nuestras condiciones.”

2. Por otro lado, en la página titulada “Información para las fuerzas del orden” que se encuentra en la siguiente dirección web.:

<https://www.facebook.com/safety/groups/law/guidelines/>

Facebook manifiesta que el acceso a los usuarios al conjunto de direcciones IP que Facebook ha recopilado de los distintos accesos de los mismos a sus cuentas en Facebook se limitará, y sólo se proporcionará en caso de proceso legal:

“Consentimiento de los usuarios

Si un miembro de las fuerzas del orden desea obtener información sobre un usuario de Facebook que le ha dado su consentimiento para acceder a la información de su cuenta u obtenerla, debe indicarse al usuario en cuestión que obtenga esa información por sus propios



medios. Para obtener el contenido de la cuenta, como mensajes, fotos, vídeos y publicaciones en la biografía, los usuarios pueden acceder a la función "Descarga tu información" de Facebook desde la configuración de la cuenta. Los usuarios también pueden ver las direcciones IP recientes en la configuración de la seguridad, en "Dónde has iniciado sesión". Los usuarios solamente pueden obtener acceso a la información del historial de direcciones IP en caso de proceso legal."

3. Por otro lado, en el informe elaborado el 16 de diciembre de 2011 por la Autoridad de Protección de Datos de Irlanda (Data Protection Commissioner), se establece que Facebook, en el momento de elaborar el informe, no eliminaba datos de los registros de actividad de los usuarios, pero que estaba en proceso de implementarse un sistema de anonimización de los identificadores de usuario, de las direcciones IP, de los valores de la cookie "datr", direcciones de correo y texto generado por los usuarios. El proceso se realizaba a los 90 días de que se crease el registro de actividad y también cuando la cuenta es eliminada:

"At the time of writing, this log data is not deleted. However, a process is being implemented to permanently remove the relationship between log records and the user ID being deleted, effectively making the log records anonymous. The process works as follows:

- Ninety days after a particular log record is created, the user ID associated with the log record is removed and replaced with a random ID. The random ID is associated with the user's account in a userID-to-randomID mapping. Other data that may identify the user such as the datr cookie value, IP address, email addresses and text of any user generated content are also removed at this point.*
 - When a user account is deleted, the userID-to-randomID mapping is also deleted. Without this mapping, there is no way to know which userID the randomID was associated with and the log records are permanently anonymised.*
 - Therefore, after the user's account has been deleted, Facebook can no longer retrieve any logs that were associated with that user's account. Nor is it possible to determine the user ID of the deleted account from any log entry formerly associated with the account."*
4. Solicitando acceso a los datos conservados por Facebook en una cuenta de la red social perteneciente al inspector actuante, mediante el uso de la función "Descarga tu Información" que se encuentra enlazada desde la página principal de "Configuración General de la Cuenta" se comprueba que Facebook mantiene almacenada la siguiente información (Anexo I):
- Están conservadas las direcciones IP desde las que se han realizado accesos a la cuenta del usuario de Facebook al menos desde el 4 de marzo de 2016 (más de 11 meses después de la consulta).
 - Las direcciones IP almacenadas no han sufrido ningún tipo de enmascaramiento o anonimización.



- Consultado un servicio de localización de IP, la IP correspondiente al acceso realizado el 4 de marzo identifica correctamente la población, el proveedor de servicios y la localización sobre un mapa con un error de 1km (Anexo II).
 - Asociado a la dirección IP, además de la fecha, está la hora UTC, la zona horaria así como información identificativa del navegador, sistema operativo y otros datos de identificación del dispositivo, además de la cookie accedida.
 - Que la información de acceso a la cookie datr está registrada desde el 20 de agosto de 2015, sin tener asociada información sobre el contenido de la misma, pero registrada hora y zona horaria.
5. En relación con la conservación de datos asociados a cuentas eliminadas, se realizó la siguiente comprobación:

Con fecha 31 de julio de 2015 se procedió a eliminar la cuenta XXX_XXXX@outlook.es

Con fecha 23 de febrero de 2017 se intentó acceder a la misma cuenta usando el mismo correo electrónico, obteniendo un mensaje de la aplicación Facebook de que con dicha cuenta no existía ningún usuario (Anexo I).

En la misma fecha se procede a crear una nueva cuenta re-utilizando el mismo correo de la cuenta borrada.

Una vez creada, se utilizó la opción de descargar la información asociada a la nueva cuenta creada, en principio sin actividad.

Consultado el fichero descargado, en el apartado Seguridad, aparece información registrada a nombre del usuario en relación con la cookie datr de fechas 8 de noviembre de 2016 y 10 de febrero de 2017 (Anexo II):

“Información de autenticación de la cookie Datr

...48OM

Visto por primera vez: Martes, 8 de noviembre de 2016 a las 11:59 UTC+01

Visto 3 veces

...CXzB

Visto por primera vez: Viernes, 10 de febrero de 2017 a las 12:01 UTC+01

Visto 3 veces”

1.10 TRANSFERENCIAS INTERNACIONALES

1. Con fecha 6 de noviembre de 2016 la política de privacidad que Facebook muestra a los usuarios que acceden desde España y en la que manifiesta que realiza transferencias internacionales de datos con la base legal de los acuerdos Safe-Harbor. El 2 de enero de 2017 se constata que en la misma política de privacidad se establece como base legal las cláusulas contractuales tipo. La adhesión a Privacy Shield que consta en la misma fecha está referida a la información que intercambia con sus “Partners”.



TERCERO: En fecha 7 de marzo de 2017 la Directora de la Agencia Española de Protección de Datos acordó iniciar procedimiento sancionador a FACEBOOK, INC., con arreglo a lo dispuesto en el artículo 127 del Reglamento de Desarrollo de la LOPD, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre (en adelante RLOPD), por las siguientes presuntas infracciones:

1. Del artículo 6.1 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (en adelante LOPD), en relación con los artículos 5 y 4.1 y 2 de esta misma norma; infracción tipificada como grave en el artículo 44.3.b) de la LOPD;
2. Del artículo 7 de la LOPD, en relación con los artículos 5 y 4.1 y 2 de esta misma norma; infracción tipificada como muy grave en el artículo 44.4.b) de la LOPD y
3. Del artículo 4.5 en relación con el artículo 16, ambos de la LOPD; infracción tipificada como grave en el artículo 44.3.c) de la LOPD.

CUARTO: En fecha 17 de marzo de 2017 tuvo entrada en esta Agencia, con fecha de registro el 21 de marzo de 2017, un escrito de la representación de FACEBOOK, INC., redactado en inglés (adjuntando la correspondiente “Traducción a efectos informativos”) en el que se solicitaba una ampliación del plazo otorgado para realizar alegaciones al acuerdo de inicio detallado en el punto anterior; alegando asimismo que, pese a que FACEBOOK SPAIN, S.L. le había “*amablemente (kindly)*” remitido copia de dicho acuerdo de inicio, éste solo lo había recibido por tanto “*una sociedad que no es parte formalmente del presente procedimiento y que no representa legalmente a Facebook Inc a estos efectos*”. Se alegaba en este escrito presentado que, por tal motivo, el lunes 13 de marzo de 2017 habría sido la fecha en la que se había tenido la posibilidad de contar con una traducción al inglés del reiterado acuerdo de inicio. Todo ello en aras de no menoscabar el derecho de defensa que asiste a la entidad estadounidense ni la postura general sobre la jurisdicción o legislación aplicable al caso.

QUINTO: En fecha 21 de marzo de 2017 se acordó, en virtud de lo establecido en el artículo 32 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (en adelante LPACAP), ampliar el plazo para formular alegaciones hasta un máximo de cinco días, que deberían computarse a partir del día siguiente a aquél en el que finalizase el primer plazo de alegaciones.

SEXTO: En fecha 31 de marzo de 2017 tuvo entrada en esta Agencia un escrito de la representación de FACEBOOK, INC., redactado en inglés (adjuntando la correspondiente “Traducción a efectos informativos”) en el que realizaba las correspondientes alegaciones al acuerdo de inicio ya indicado más arriba; con solicitud expresa de archivo de actuaciones.

Se alega, en síntesis y de manera central, que FACEBOOK, INC. no es el responsable del tratamiento de datos personales objeto del presente procedimiento sancionador, pues es FACEBOOK IRELAND, una entidad constituida bajo el derecho irlandés, “*es el único responsable de los datos de todos los usuarios de la plataforma*”



Facebook que no estén situados en EE.UU. o en Canadá”.

Se argumenta que FACEBOOK, INC. es una compañía estadounidense sin actividades en España, que no las dirige, por lo que la Agencia no puede sancionarla por la operativa de una plataforma y un servicio que no presta en España (ni utiliza recursos ubicados en este país).

En cualquier caso, FACEBOOK SPAIN no es un establecimiento de FACEBOOK, INC. en el sentido del artículo 4 de la Directiva, ni del responsable del tratamiento (pues se trata de FACEBOOK). Por lo tanto, el tratamiento de datos analizado está sujeto a la legislación irlandesa y no a la española, y la Agencia sería incompetente para imponer sanciones por ello.

SÉPTIMO: En fecha 6 de abril de 2017 se inició un período de práctica de pruebas, según lo dispuesto en el artículo 77 de la LPACAP, notificándose a las partes interesadas, practicándose las siguientes:

Incorporar al expediente del presente procedimiento sancionador, y por tanto dar por reproducida a efectos probatorios, la documentación recabada en las actuaciones previas de inspección E/01235/2016, que se detallaban en el anexo adjunto; así como las alegaciones de FACEBOOK, INC. de fecha 29 de marzo de 2017 al Acuerdo de inicio citado más arriba. Todo ello con su correspondiente documentación adjunta.

OCTAVO: En fecha 12 de abril de 2017 se personó en esta Agencia, previa solicitud por escrito en fecha 7 de abril de 2017, un representante de FACEBOOK, INC. para tomar vista del expediente y obtener copia completa de él, que le fue entregado en mano.

NOVENO: En fecha 19 de abril de 2017 tuvo entrada en esta Agencia un escrito de la representación de FACEBOOK INC., redactado en inglés (adjuntando la correspondiente *“Traducción a efectos informativos”*) en el que realizaba más alegaciones al acuerdo de inicio ya indicado más arriba; con solicitud expresa de archivo de actuaciones, sobre todo, porque de haber un responsable, y se reitera el argumento, sería FACEBOOK IRELAND, que no sería el caso, dado que lleva a cabo un tratamiento de datos personales con el oportuno consentimiento, al estar sus usuarios debidamente informados de ello, de forma clara en su recogida, su uso con fines publicitarios, con la puntualización de que en cualquier caso no trata datos sensibles con tales fines publicitarios, *“que la tiene prohibida específicamente”*, y una conservación de las *cookies* utilizadas correcta, legítimamente obtenidas con el correspondiente consentimiento *“adecuado”* del usuario (tal como se recoge en la propia guía de la Agencia de esta materia).

En síntesis, se alega que se proporciona *“a todas las personas información detallada sobre las prácticas de recogida de datos”*, proporcionando una lista detallada de datos recopilados, que se ponen a disposición a través de DYI (Descarga tu información), pues los usuarios deben confirmar que se han leído la Política de Datos antes de registrarse, sin ser en nada ambigua. Se destaca en las alegaciones que FACEBOOK IRELAND deja claro que *“los datos derivados de las visitas de los usuarios a sitios web y aplicaciones (apps) de terceros para fines publicitarios”*.



Por otra parte, FACEBOOK IRELAND no trata datos personales sensibles sin el consentimiento explícito de los usuarios; insistiendo que los datos sensibles, según se definen en la Directiva, no incluyen los datos sobre intereses. Incluso se *“limita el uso que permitan categorizar a los individuos sobre la base de características o creencias especificadas para proteger a los individuos de daños potenciales”* (el subrayado es del original). Y la Agencia se equivoca al considerar que categorizar la situación sentimental y el tipo de composición del hogar sean datos personales sensibles.

En cuanto a la conservación de los datos personales por parte de FACEBOOK, INC., ello no se hace de manera inadecuada (como en el caso de las direcciones IP, que se conservan por FACEBOOK IRELAND de acuerdo con lo que determina la legislación de la UE, lícita e proporcionalmente, pues la ley obliga a ello para *“implementar las medidas de seguridad apropiadas”*), Y FACEBOOK IRELAND cuando un usuario elimina una cuenta le garantiza al usuario que el contenido de ella con información que pueda identificarle se elimina en un *“corto periodo de tiempo”*.

DÉCIMO: Con fecha 21 de abril de 2017, y transcurrido el periodo de práctica de pruebas citado en el punto anterior, se inició el trámite de audiencia, de acuerdo con el artículo 82 de la Ley LPACAP, poniéndose de manifiesto el expediente al presunto responsable, y se le concedió un plazo de quince días hábiles para formular alegaciones y aportar cuantos documentos estimase de interés. Asimismo, se le notificó la relación de documentos obrantes en el procedimiento a fin de que pudiera obtener las copias de los que estimase convenientes, previa cita, como se detalla también en el anexo a la presente propuesta de resolución.

En fecha 11 de mayo de 2017 tuvo entrada en esta Agencia un escrito de FACEBOOK, INC. por el que solicitaba la ampliación del plazo otorgado para este trámite de audiencia.

UNDÉCIMO: Con fecha 26 de mayo de 2017 se formuló propuesta de resolución en el sentido de por la Directora de la Agencia Española de Protección de Datos se sancionase a FACEBOOK, INC. con sendas multas de:

- Trescientos mil euros (300.000 €), por la infracción del artículo 6.1, en relación con el artículo 5 y el artículo 4, apartados 1 y 2, todos de la LOPD; infracción tipificada como grave en el artículo 44.3.b) de la LOPD y de acuerdo con lo establecido en el artículo 45 de la LOPD;
- Seiscientos mil euros (600.000 €), por la infracción del artículo 7, en relación con el artículo 5 y el artículo 4, apartados 1 y 2, todos de la LOPD; infracción tipificada como muy grave en el artículo 44.4.b) de la LOPD y de acuerdo con lo establecido en el artículo 45 de la LOPD y
- Trescientos mil euros (300.000 €), por la infracción del artículo 4.5, en relación con el artículo 16, ambos de la LOPD; infracción tipificada como grave en el artículo 44.3.c) de la LOPD y de acuerdo con lo establecido en el artículo 45 de la LOPD.

En su virtud se le notificó cuanto antecede, y se le puso de manifiesto el procedimiento a fin de que en el plazo de quince días hábiles pudiera alegar cuanto considerase en su defensa y presentare los documentos e informaciones que



considerase pertinentes, de acuerdo con el artículo 89.2 en relación con el art. 82.2 de la LPACAP.

Dicha propuesta de resolución fue en efecto notificada FACEBOOK, INC. en fecha 2 de junio de 2017.

DUODÉCIMO: En fecha 1 de junio de 2017 tuvo entrada en esta Agencia un escrito de la representación de FACEBOOK INC., redactado en inglés (adjuntando la correspondiente *“Traducción a efectos informativos”*) en el que realizaba más alegaciones al acuerdo de inicio ya indicado más arriba; con insistencia de que, sin perjuicio de la postura sobre la legislación y jurisdicción aplicables, en el expediente se han cometido errores importantes a la hora de llevar a cabo los test y las pruebas en las que se basan las supuestas tres infracciones cometidas por el servicio FACEBOOK a la normativa de protección de datos española.

Se alegaba que FACEBOOK IRELAND ya había cuestionado ante la Autoridad de Protección de Datos belga lo expuesto en el apartado 1.3 del Acuerdo de inicio del presente procedimiento sancionador (sobre la base del Informe de la Comisión Belga sobre esta red social, *Informe Cookies*), por basarse en conclusiones originadas por *“especulaciones académicas erróneas y sin fundamento”*.

Asimismo, se aportaba adjunto al escrito de alegaciones un informe forense encargado por FACEBOOK IRELAND que vendría a contradecir las pruebas y declaraciones incluidas en el Acuerdo de inicio, determinando que la *“mayoría de las pruebas técnicas realizadas por la AEPD sobre la plataforma Facebook eran incorrectas y/o las conclusiones técnicas y legales alcanzadas por la AEPD como resultado de dichas pruebas erróneas”*, o resultado de una mala interpretación.

Este informe está realizado por la entidad FOREST DIGITAL EVIDENCE, S.L. (Informe Pericial CF***** de 26 de mayo de 2017), concluyendo que:

1. En relación con la conservación de datos relativos a cuentas eliminadas, las *cookies “datr”* son independientes del usuario de FACEBOOK utilizado, identificando al navegador, no al usuario, y si se utiliza para acceder a una cuenta nueva un navegador con actividad previa en la red social (existiera o no la cuenta con anterioridad), ello provoca que se asocie esta *cookie* a la nueva cuenta.
2. En relación al perfilado de usuarios en *webs* de terceros, no se establece la *cookie “datr”* por una mera visita a páginas alojadas en FACEBOOK, sino que se requiere alguna de las siguientes acciones: ocultar el aviso sobre uso de *cookies*; hacer clic en cualquier punto de la pantalla de la página principal; iniciar sesión en la red social; ir a la página de registro de usuario o pulsar el botón “Terminado” en un *“registro rápido”* o, por último, hacer clic en el icono de FACEBOOK que conduce a la página principal. Y
3. En relación con la precisión de la geolocalización de direcciones IP, es proclive a errores, incluso de localidad, dada la operativa de asignación por parte de los operadores de telecomunicaciones, que no siempre se realiza de forma ordenada y previsible.

DECIMOTERCERO: En fecha 8 de junio de 2017 tuvo entrada en esta Agencia un



escrito de la representación de FACEBOOK, INC., redactado en inglés (adjuntando la correspondiente “Traducción a efectos informativos”) en el que se solicitaba una ampliación del plazo otorgado para realizar alegaciones a la propuesta de resolución, detallada en puntos anteriores, alegando que FACEBOOK SPAIN, S.L. le había remitido dicha propuesta, y que esta entidad no es parte formal del presente procedimiento. Se insistía en que este escrito de solicitud de ampliación de plazos no debe ser interpretado como reconocimiento alguno de la jurisdicción de la AEPD sobre FACEBOOK o de la aplicación de la normativa española a sus actividades.

DECIMOCUARTO: En fecha 9 de junio de 2017 se acordó, en virtud de lo establecido en el artículo 32 de la LPACAP, ampliar el plazo para formular alegaciones hasta un máximo de cinco días, que deberían computarse a partir del día siguiente a aquél en el que finalizase el primer plazo de alegaciones.

DECIMOQUINTO: En fecha 6 de julio de 2017 tuvo entrada en esta Agencia, con fecha de presentación por correo certificado de Correos en fecha 30 de junio de 2017, un escrito de la representación de FACEBOOK, INC., redactado en inglés (adjuntando la correspondiente “Traducción a efectos informativos”) en el que se realizaban las oportunas alegaciones a la propuesta de resolución, que había sido previamente notificada en fecha 2 de junio de 2017 a través de FACEBOOK SPAIN.

En este escrito de alegaciones se solicita el archivo del presente procedimiento sancionador, reiterando básicamente las ya realizadas en otras fases del procedimiento, que se pueden sintetizar en las siguientes:

1. Se ha visto limitado de manera efectiva el derecho de defensa de FACEBOOK, INC.
2. Solo FACEBOOK IRELAND puede ser considerada la única responsable de los datos personales de los usuarios españoles del servicio FACEBOOK.
3. FACEBOOK, INC. no está sujeta a la legislación española en la materia, siendo si acaso limitada la competencia de la Agencia.
4. Las manifestaciones de la Agencia sobre las obligaciones de información y consentimiento son incorrectas y el consentimiento se obtiene de los usuarios de forma legítima, pues se da una información por parte FACEBOOK IRELAND adecuada en concordancia con la legislación de la UE, siendo por ello un consentimiento válido e informado para el uso de las *cookies*.
5. FACEBOOK IRELAND no permite que los anunciantes dirijan la publicidad basándose en datos personales “*sensibles*”, y cuando los trata “*lo hace de forma lícita*”.
6. La conservación de direcciones IP por parte de FACEBOOK IRELAND, así como el periodo de conservación de la cookie datr cumplen con la legislación europea, asegurándose que la cuenta en cuestión se elimine totalmente en un breve periodo de tiempo, o al menos que los datos pasen a ser permanentemente “*inidentificables*”.
7. Los criterios de graduación de las sanciones de la LOPD no resultan de aplicación a FACEBOOK, INC. ni apropiados al caso.



8. Los errores e interpretaciones incorrectos hechos por la Agencia deben suponer la invalidación automática de los fundamentos jurídicos expuestos en la propuesta.

A este escrito de alegaciones, como Anexo I (redactado en inglés con la correspondiente *“Traducción a efectos informativos”*), se adjuntó un escrito de la entidad FACEBOOK IRELAND de fecha 28 de junio de 2017, dirigido a FACEBOOK, INC., con la referencia Propuesta de Sanción de la Agencia Española de Protección de Datos.

Asimismo, también a dicho escrito de alegaciones de FACEBOOK, INC. se adjuntó, como Appendix 1, y redactado en castellano, un informe pericial realizado por la entidad FOREST DIGITAL EVIDENCE, S.L. (Informe Pericial CF***NÚM.1 de 30 de junio de 2017) a instancias de FACEBOOK IRELAND.

Como cuestión preliminar se alega que FACEBOOK, INC. no es responsable del tratamiento de datos personales en cuestión y que, como no puede considerarse que ésta cuenta con un establecimiento en España (al igual que FACEBOOK IRELAND), por tanto ni FACEBOOK, INC. ni FACEBOOK IRELAND estarían sujetas a la normativa española. Sería de aplicación en consecuencia la legislación irlandesa y la autoridad competente para emitir resoluciones al respecto la *Irish Data Protection Commissioner* (DPC), por ser FACEBOOK IRELAND la entidad responsable del tratamiento de datos personales analizado, reiterando que FACEBOOK SPAIN no vendría a ser un establecimiento de ésta, una entidad que por otra parte cumple con la legislación de protección de datos aplicable, aquí, la Directiva 95/46/CE y la correspondiente Ley Irlandesa de Protección de Datos que la transpone.

En conclusión, para este aspecto preliminar de inculpación errónea a la entidad FACEBOOK, INC., las entregas y notificaciones realizadas a FACEBOOK SPAIN se han llevado a cabo de forma incorrecta, pues estas notificaciones dirigidas a FACEBOOK, INC. han sido en realidad entregadas a FACEBOOK SPAIN, que a su vez las ha remitido a FACEBOOK, INC., y por ello las ha recibido una sociedad que no es formalmente parte del presente procedimiento y que no representa legalmente a FACEBOOK, INC., sin que tampoco sea un establecimiento o una sucursal suyos.

En relación con el fondo del asunto, FACEBOOK, INC. alega, tal como le informa FACEBOOK IRELAND en su escrito ya citado de fecha de 28 de junio de 2017, que para la utilización del servicio FACEBOOK no se permite el registro a los menores de 14 años. Este punto estaría corroborado por el informe pericial presentado por la entidad FOREST DIGITAL EVIDENCE, S.L. (núm. CF***NÚM.1), que concluye que a fecha 30 de junio de 2017 la plataforma FACEBOOK, para conexiones realizadas desde España, impide *“el registro de usuarios que proporcionen una fecha de nacimiento correspondiente a una edad de 13 años, haciendo que el proceso de registro devuelva el error genérico”*, con posteriores impedimentos de intentos de registro desde el mismo dispositivo, sea cual sea en este caso de la fecha de nacimiento que se proporcione. La prueba se hizo para el sitio *web Facebook.com*, así como mediante aplicaciones oficiales de las plataformas iOS y Android en su versión más actualizada.

Por otra parte, también a ese escrito de alegaciones de FACEBOOK, INC. se adjuntó, como Anexo 2, redactado en castellano, otro informe pericial realizado por la entidad FOREST DIGITAL EVIDENCE, S.L. (Informe Pericial CF***** de 26 de mayo de 2017) a instancias de FACEBOOK IRELAND.

En base a este informe pericial, FACEBOOK, INC. alega que:



1. En relación con la conservación de datos relativos a cuentas eliminadas, las *cookies* “*datr*” son independientes del usuario de FACEBOOK utilizado, identificando al navegador, no al usuario, y si se utiliza para acceder a una cuenta nueva un navegador con actividad previa en la red social (existiera o no la cuenta con anterioridad), ello provoca que se asocie esta *cookie* a la nueva cuenta.
2. En relación al perfilado de usuarios en *webs* de terceros, no se establece la *cookie* “*datr*” por una mera visita a páginas alojadas en FACEBOOK, sino que se requiere alguna de las siguientes acciones: ocultar el aviso sobre uso de *cookies*; hacer clic en cualquier punto de la pantalla de la página principal; iniciar sesión en la red social; ir a la página de registro de usuario o pulsar el botón “Terminado” en un “registro rápido” o, por último, hacer clic en el icono de FACEBOOK que conduce a la página principal. Y
3. En relación con la precisión de la geolocalización de direcciones IP, es proclive a errores, incluso de localidad, dada la operativa de asignación por parte de los operadores de telecomunicaciones, que no siempre se realiza de forma ordenada y previsible.

HECHOS PROBADOS

PRIMERO: Que la Inspección de Datos de esta Agencia Española de Protección de Datos ha constatado que al acceder a FACEBOOK, a través de su página inicial en la dirección <https://es-es.facebook.com>, se muestra la opción de iniciar sesión o de registrarse como nuevo usuario (punto 1.2.1 del Informe de la Inspección), para lo que se despliega un formulario que recoge los siguientes datos personales: nombre y apellidos, número de teléfono móvil o correo electrónico, fecha de nacimiento y sexo, con dos opciones mujer u hombre (folios 30, 31, 155 a 170, 828 y 829).

SEGUNDO: Que debajo del formulario detallado en el punto anterior hay una leyenda, en un tipo de letra de tamaño inferior y sin destacar, que dice que: “*Al hacer clic en Terminado, aceptas nuestras Condiciones y reconoces haber leído nuestra Política de datos, incluido nuestro Uso de cookies. Es posible que recibas notificaciones de Facebook por SMS, pero puedes desactivarlas en cualquier momento*”, apareciendo las palabras subrayadas en un color distinto, azul, y no en negrilla, y siendo enlaces a las páginas que contienen las condiciones de servicio, la política de privacidad, denominada “*Política de datos*”, así como la denominada “*Uso de cookies*” (folios 31 y 159).

TERCERO: Que, debajo de este párrafo, destacado y en un tipo de letra mucho mayor, aparece un botón en fondo verde etiquetado como “*Terminado*”; sin que sea obligatorio acceder a la política de privacidad (“*Política de datos*”) para continuar el proceso de registro (folios 31 y 159).



CUARTO: Que, durante este proceso de registro (punto 1.2.5 del Informe de la Inspección), se despliega una serie de opciones para completar la configuración de la cuenta, entre ellas, una opción titulada “*Conoce la configuración de la privacidad*”; sin que esta opción sea de consulta obligada para continuar con el uso de la cuenta de usuario y no quedando, si no se efectúa por el usuario en el momento inicial de uso de la cuenta, un enlace de fácil localización para acceder con posterioridad a dicha opción de configuración, ni se muestre un recordatorio al respecto (folios 30, 155 a 170 y 829).

QUINTO: Que el proceso descrito de registro de un nuevo usuario finaliza cuando FACEBOOK solicita una respuesta de confirmación de creación de cuenta enviando un mensaje, en este caso, al correo electrónico indicado por el usuario en el formulario ya detallado en el punto 1º anterior (folios 30 y 155).

SEXTO: Que la Inspección de Datos ha constatado (punto 1.1.10 del Informe de la Inspección) que, al acceder a la página *www.facebook.es*, dominio registrado a nombre de FACEBOOK IRELAND, dicha página no existe, produciéndose un reenvío a la página *es-es.facebook.com*; comprobándose que el dominio *facebook.com* está registrado a nombre de FACEBOOK INC. (folios 30 y 828).

SÉPTIMO: Que, sin que sea de consulta obligada durante el proceso de registro, como ya se ha indicado, en la página denominada “*Declaración de Derechos y Responsabilidades*” (punto 1.1.1 del Informe de la Inspección), FACEBOOK manifiesta explícitamente en el apartado 9 que el objeto del servicio que está prestando es el de ofrecer publicidad, y las condiciones por las que va a realizar el tratamiento de sus datos personales, del siguiente modo:

“9 Acerca de los anuncios u otro contenido comercial servido u optimizado por Facebook

Nuestro objetivo es ofrecer anuncios y otro contenido comercial o patrocinado que sea valioso para nuestros usuarios y anunciantes. Para ayudarnos a lograrlo, aceptas lo siguiente:

- 1. Nos concedes permiso para usar tu nombre, foto del perfil, contenido e información en relación con contenido comercial, patrocinado o relacionado (como una marca que te guste) que sirvamos o mejoremos. Esto significa, por ejemplo, que permites que una empresa u otra entidad nos pague por mostrar tu nombre y/o foto del perfil con tu contenido o información sin que recibas ninguna compensación por ello. Si has seleccionado un público específico para tu contenido o información, respetaremos tu elección cuando lo usemos.*
- 2. No proporcionamos tu contenido o información a anunciantes sin tu consentimiento.*
- 3. Entiendes que es posible que no siempre identifiquemos las comunicaciones y los servicios pagados como tales”* (folios 20, 135 a 140, 817 y 818).



OCTAVO: Que, en la política de datos, a fecha 6 de noviembre de 2016 (folio 106), se establece que: *“Facebook, Inc. cumple el marco Safe Harbor entre Estados Unidos y la Unión Europea y entre Estados Unidos y Suiza con relación a la recopilación, el uso y la retención de datos pertenecientes a la Unión Europea y Suiza, según lo dispuesto por el Departamento de Comercio de Estados Unidos”* (en fecha 29 de septiembre de 2016 se retiró este texto, al ser miembro FACEBOOK, INC. miembro del Privacy Shield, según sus manifestaciones – folios 910 y 930); así como, en la misma página, bajo el epígrafe *“Disposiciones especiales aplicables a usuarios que no residan en Estados Unidos”*, que *“los usuarios y a las personas que no sean usuarias de Facebook que se encuentran fuera de Estados Unidos”* dan el *“consentimiento para que tus datos personales sean transferidos y procesados en Estados Unidos”* (folios 20, 21, 105, 106 y 818).

NOVENO: Que la Inspección de Datos de esta Agencia ha constatado que, a fecha 2 de enero de 2017, en la misma política de privacidad detallada en los puntos anteriores (punto 1.10 del Informe sobre Transferencias Internacionales), y como base legal de las cláusulas contractuales tipo, se establece la adhesión al Escudo de Privacidad con Europa, *Privacy Shield*, pero que ésta está referida a la información que intercambia con sus denominados *“Partners”*, no la relativa a los datos personales de los usuarios de la red social (folios 68, 118 y 119).

DÉCIMO: Que la Inspección de Datos (punto 1.1.6 del Informe de la Inspección) ha constatado que FACEBOOK dispone de una página denominada *Newsroom* del sitio web <http://newsroom.fb.com>, que es la página web utilizada por FACEBOOK, INC. como oficina de prensa, con versiones en inglés y en español; comprobándose que, en la versión en español, uno de los enlaces dirige a la página <http://es.newsroom.fb.com/company-info>, donde se informa que existen los siguientes *“Centros de datos: “Altoona, Ashburn, Forest City, Lulea, Prineville, Sunnyvale”* (folios 22 y 820).

UNDÉCIMO: Que la Inspección de Datos, tal como se recoge en el punto 1.5, apartado 3, de su Informe, que, además de los perfiles personales de los usuarios, la red social permite la creación de páginas vinculadas a otro tipo de entidades (negocios, empresas, grupos de música,...), existiendo la opción de seleccionar un público objeto con edades que se inician en los 13 años y que, al igual que en el proceso de configuración de la página, la edad del público objetivo puede seleccionarse en un rango que comienza con los 13 años (folios 48 y 846).

DUODÉCIMO: Que se constata que puede registrarse un usuario con una fecha de nacimiento en consonancia con esa edad de 13 años, sin que se habiliten opciones para el consentimiento de los padres o tutores y sin que se informe, en un lenguaje fácilmente comprensible por ellos y con expresa indicación de lo dispuesto en el artículo 13 del RLOPD, de las consecuencias del proceso de registro como usuario, sin que en ningún caso puedan recabarse del menor datos que permitan obtener información sobre los demás miembros del grupo familiar (excepto los recabados de madres, padres o tutores con la única finalidad de obtener la oportuna autorización para el alta como usuario), o sobre las características de la familia, como los datos



relativos a la actividad profesional de los progenitores, información económica, datos sociológicos o cualesquiera otros, sin el consentimiento de los titulares de tales datos (folios 30, 31, 155, 159, 831, 835 y 893 a 898).

DECIMOTERCERO: Que la Inspección de Datos ha constatado, tal como se recoge en el punto 1.3.1 de su Informe, que en las páginas destinadas a informar a los usuarios sobre la información en la recogida de sus datos personales no se enumera la correspondiente lista de qué datos son recogidos, sino que se limita dar algunos ejemplos (folios 33 y 831).

DECIMOCUARTO: Que la Inspección de Datos ha constatado, tal como se recoge en el punto 1.4.8 de su Informe, que en las páginas destinadas a gestionar el perfilado de la publicidad de FACEBOOK no se establece un régimen de preferencias para el tratamiento de datos especialmente protegidos, no se solicita el consentimiento a priori para su tratamiento, sino que por defecto se tratan todos los datos personales para el perfilado de la publicidad (folios 45, 46, 171 a 185 y 844).

DECIMOQUINTO: Que, tal como se recoge en el punto 1.4.9 del Informe, se constata además que, a efectos de este perfilado que las opciones de configuración, y si bien se permite al usuario que FACEBOOK no muestre anuncios basados en su perfil, ello no implica empero que FACEBOOK no recoja ni trate la información para crear un perfil asociado al usuario y que lo conserve de forma indefinida (folios 45, 46, 171 a 185 y 844).

DECIMOSEXTO: Que la Inspección de Datos ha constatado, tal como se recoge en el punto 1.6.6 de su Informe, que en las páginas destinadas al perfilado por parte de los usuarios en páginas de terceros que en la política de privacidad existe un párrafo relativo a la política de cookies además de un enlace a dicha política, en el que FACEBOOK manifiesta: *“Utilizamos cookies y tecnologías similares para prestar y mantener nuestros Servicios, además de cada uno de los usos expuestos y descritos en este apartado de nuestra política. Consulta nuestra Política de cookies para obtener más información”* (folios 107 a 117).

DECIMOSÉPTIMO: Que se constata (punto 1.6.7 del Informe) que, con fecha 2 de enero de 2017, que la información que ofrece FACEBOOK, en su apartado para desarrolladores, no informa de la utilización de *cookies* cuando el editor de la página *web* incluye el botón *“Me gusta”* en páginas de terceros; que en la información que se ofrece a los editores de los sitios *web* en el apartado *Facebook Developers*, en relación a la incorporación *Plug-ins* sociales a las páginas de Internet, existe un apartado específico para el botón *“Me gusta”* en el que se describe la instalación de dicho botón, pero no se informa sobre la utilización de *cookies* y que, por último, existe un apartado de *“Preguntas Frecuentes”* en el que no hay un apartado sobre las *cookies* utilizadas, su propósito o limitaciones (folios 122 a 128 y 848).



DECIMOCTAVO: Que se constata (punto 1.6.8 del Informe) que, a fecha 6 de enero de 2017, FACEBOOK incluye las siguientes *cookies* en páginas de terceros que incluyen el botón “*Me gusta*”; en concreto se incluyen un total de 9 *cookies*, a saber (folios 62, 63, 129 a 134 y 861):

1. *c_user*
2. *csm*
3. *datr*
4. *dpr*
5. *fr*
6. *lu*
7. *s*
8. *sb*
9. *xs*

DECIMONOVENO: Que se constata asimismo en relación con este perfilado (punto 1.6.8 del Informe) que todas las *cookies* son persistentes (con hasta dos años de persistencia); que la *cookie c_user* contiene la identificador del usuario en FACEBOOK; que *csm* se emplea para redirigir al navegador a conexiones *https*; que la *cookie datr* se utiliza para determinar unívocamente a un usuario (aunque este no tenga cuenta en FACEBOOK); que la *cookie dpr* permite la interacción con la red social; que la *cookie fr* es utilizada para publicidad y contiene una versión cifrada del identificador del usuario y del identificador del navegador; la *cookie lu* contiene el identificador cifrado del último usuario; que las *cookies sb* y *s* no tienen propósitos conocidos y, finalmente, que la *cookie xs* contiene un número de sesión y un valor secreto (folios 129 a 134).

VIGÉSIMO: Que la Inspección de Datos en fecha 24 de mayo de 2015, y a través de la creación de una máquina virtual preparada para la prueba (cuyas especificaciones técnicas se detallan en el punto 1.6. del Informe, con admisión de *cookies*), procedió a visitar tres *blogs* en Internet de forma sucesiva que contaban con el botón “*Me gusta*” de FACEBOOK, y se comprobó que en ningún caso la mera descarga de esas páginas con el elemento “*Me gusta*” llegara a generar *cookies* que se intercambiasen entre dicha máquina y el servidor *www.facebook.com* sin que previamente se haya consultado un dominio de FACEBOOK. Posteriormente, se accedió a este en *www.facebook.com*, y sin darse de alta como usuario, se constata que se instala la *cookie “_js_datr”* con un determinado valor alfanumérico, el “cA9hVcT_bay~jgFBsqjWOpJ”. A continuación, se cierra el navegador y se visitan nuevamente los tres *blogs* en cuestión, también de forma sucesiva; constatándose que en este caso sí se produce con la mera visita a sus páginas una llamada al servidor *www.facebook.com*, incluyéndose como parámetro la *cookie “_js_datr”* con el mismo valor anterior. Se cierra el navegador y se inicia de nuevo, comprobándose que se transmite a los servidores *www.facebook.com* esa *cookie “_js_datr_”* con el valor señalado anteriormente y se instala en el navegador la *cookie datr* con el mismo valor que tenía esta otra “*_js_datr*”, que es sustituida por el código de FACEBOOK (folios 52 a 56, 755 a 780 y 850 a 854).



VIGESIMOPRIMERO: Que en esta prueba con la misma máquina virtual se procedió después a cerrar el navegador y volver a abrirlo, visitando los tres *blogs* utilizados para la prueba, con la descarga del componente que implementa el botón "*Me gusta*", y se constató que en la llamada al servidor *www.facebook.com* se incluía como parámetro la *cookie* "*datr*" con ese mismo valor determinado alfanumérico ya citado. Volviendo a la página de FACEBOOK, y también sin darse de alta como usuario, dicho valor volvió a ser transmitido a sus servidores. A continuación, se inició sesión como usuario de FACEBOOK y se comprobó que se transmitía al servidor ese mismo valor "*datr*" (antes "*_js_datr*") y en consecuencia se intercambiaba tal identificador, permitiéndose asociar toda la actividad realizada en Internet, incluso antes de iniciar sesión como usuario de FACEBOOK (folios 52 a 56, 755 a 780 y 850 a 854).

VIGESIMOSEGUNDO: Que en la misma prueba descrita en los dos puntos anteriores se procedió después a crear una nueva cuenta de usuario en FACEBOOK, distinta a la ya empleada, constatándose que en el tráfico investigado se produjeron varias llamadas a los servidores *www.facebook.com* que incluían la transmisión de la *cookie* "*datr*" con ese mismo valor alfanumérico "cA9hVcT_bay~jgFBsqjWOpJ", permitiendo enlazar la navegación y la actividad desarrollada por las dos cuentas de usuario (folios 52 a 56, 755 a 780 y 850 a 854).

VIGESIMOTERCERO: Que finalmente en esta prueba se procedió a cerrar la cuenta del usuario (no hay usuarios dados de alta) y se visitó uno de los *blogs* y, analizando el tráfico de peticiones al servidor *www.facebook.com*, que realizó este *blog* para descargar el componente que implementa el botón "*Me gusta*"; constatándose que se incluía como parámetro la *cookie* "*datr*" con el mismo valor que había tomado en todas las llamadas anteriores al servidor, durante el acceso a la cuenta de los dos usuarios registrados y cuando se visitaban páginas de terceros que tuviesen un componente de FACEBOOK aunque no se hubiese iniciado una sesión como usuario de FACEBOOK (folios 52 a 56, 755 a 780 y 850 a 854).

VIGESIMOCUARTO: Que se constata además que se pueden recoger datos relativos al sujeto procedente de terceros sin su consentimiento y sin indicación de que pueden ser datos personales especialmente protegidos, en relación con la actividad de otros usuarios y la información que proporcionan y que es recopilada (por ejemplo, cuando alguien comparte una foto en la que aparece el usuario, se le envía un mensaje o sube, sincroniza o importa la información de contacto). O al recoger los mismos datos de las redes y conexiones del usuario (por ejemplo, una libreta de direcciones). O que se recogerán datos de terceros relativos al usuario, sin especificar qué datos serán recogidos, al visitar o utilizar sitios web y aplicaciones de terceros que usen los Servicios de FACEBOOK (por ejemplo, con el botón "*Me gusta*", por el inicio de sesión o cuando se usan los servicios de medición y publicidad) (folios 52 a 56, 755 a 780 y 850 a 854).

VIGESIMOQUINTO: Que en la política de privacidad (apartado 1.5.1 del Informe) se establece que FACEBOOK utilizará la información recogida para personalizar publicidad, sin enumerar que información se recogerá, con vistas a mostrar anuncios y



servicios: “Utilizamos la información de la que disponemos para mejorar nuestros sistemas de publicidad y medición con el fin de mostrarte anuncios relevantes, tanto en nuestros Servicios como fuera de ellos, y medir la eficacia y el alcance de los anuncios y servicios. Obtén más información sobre cómo anunciarte en nuestros Servicios y cómo controlar el modo en que se usa tu información para personalizar los anuncios que ves”, con un enlace a ese subrayado “información de la que disponemos”, pero en el que no se ofrece explicaciones adicionales, sino que redirige a la misma política de privacidad (folios 47, 141 a 154 y 845).

VIGESIMOSEXTO: Que la Inspección de Datos ha constatado, tal como se recoge en el punto 1.5.1 de su Informe, que en las páginas destinadas al tratamiento de datos personales especialmente protegidos (versión de la política de privacidad a fecha 29 de septiembre de 2016) la información que se ofrece al usuario, sin necesidad de navegar más profundamente en el conjunto de enlaces que se proporcionan, no se señala específicamente que se recogen datos especialmente protegidos y no se recaba consentimiento expreso para tratar datos especialmente protegidos (folios 47, 141 a 154 y 844).

VIGESIMOSÉPTIMO: Que la Inspección de Datos ha constatado, tal como se recoge en el punto 1.5.2 de su Informe, que en la configuración del perfil de usuario existe un apartado denominado “Información básica y de contacto” con los siguientes subapartados: Añade tus creencias religiosas y Añade tu ideología política; a su vez, éstos, una vez seleccionados, despliegan un formulario con estos campos: Creencias religiosas/ Ideología política, Descripción y Opciones. Permite compartir con las opciones (por defecto para “Amigos de amigos”): Público, Amigos de amigos, Amigos, Solo yo y Personalizado (folios 47, 48, 70 a 98 y 846).

VIGESIMOCTAVO: Que se constata en ninguno de los apartados anteriores se solicita un consentimiento expreso para utilizar dicha información por parte de FACEBOOK para perfilado de publicidad, ni se informa de que se puede utilizar con dicha finalidad (folios 48, 70 a 98 y 846).

VIGESIMONOVENO: Que la Inspección de Datos ha constatado que, tal como se recoge en el punto 1.5.3 de su Informe (con las especificaciones técnicas que allí se describen), y en el proceso de creación de un nuevo perfil de usuario en la red social, se permite la creación de páginas vinculadas a otro tipo de entidades (negocios, empresas, grupos de música,...) en calidad de administrador, además de los perfiles personales. Así, se crea una página para una empresa denominada “*Visitas de Madrid al Cielo*” y se procede a la configuración de ésta indicando que se prefiere contactar con usuarios de España de más de 18 años, pero se constata que existe la opción de seleccionar un público objeto con edades que se inician en los 13 años (folios 48, 70 a 98 y 846).

TRIGÉSIMO: Que se constata asimismo que, para desarrollar lo expuesto en el punto anterior, se dispone de una herramienta de administración, que muestra las campañas de publicidad asociadas a la página y, a través de la herramienta “públicos”, permite



seleccionar el público (los usuarios de la red social) a los que se mostrarán los anuncios de la página; observando que, al igual que en el proceso de configuración de la página la edad del público objetivo, puede seleccionarse en un rango que comienza con los 13 años (folios 48, 70 a 98 y 846).

TRIGESIMOPRIMERO: Que esa herramienta de creación de público objeto dispone de una opción que permite discriminar en base a la “Situación sentimental”, con opciones como “soltero”, “Casado”, “Divorciado” o “Viudo” entre otras. Los valores de las opciones del criterio coinciden plenamente con las opciones disponibles en el perfil de los usuarios, bajo el apartado “Familia y relaciones”, donde se puede indicar la “Situación sentimental”. Dispone de una opción que permite discriminar en base a la “Composición del hogar”, que dispone de dos opciones “Family-based Household”⁴ y “Housemate-based Household”⁵ (constatando que al posar el puntero del ratón sobre cada opción se muestra un pequeño recuadro que indica el número de usuario de la red social que cumplen con ese criterio). Algunos de los criterios, como “Afinidad étnica” y “Política” (que permiten discriminar en base a criterios de origen racial e ideología) parecen estar disponibles sólo para los usuarios de los Estados Unidos de América (folios 48, 49, 70 a 98 y 847).

TRIGESIMOSEGUNDO: Que dicha herramienta de creación de público objeto dispone de una opción que permite discriminar en base a “Intereses”. Esos intereses pueden adoptar distintos valores y la herramienta de creación de público objeto permite buscar entre los posibles valores o sugiere algunos valores en base a tipos predefinidos. Se comprueba que el campo “Interés” incluye valores que permiten discriminar en función de: Ideología política (con intereses como “Fascista”, “Falange Española y de las JONS” o “Supremacía blanca”); Vida sexual (con intereses como “Soy Homosexual”, “Matrimonio entre personas del mismo sexo” o “Bisexual community”); Creencias religiosas (con intereses como “Musulmán”, “Ramadán 2015” o “Corán”); Salud (con intereses como “Obesidad”, “Diabetes Mellitus”, “Sida” o “Tratamiento profilaxis post-exposición para el VIH”); “Acontecimientos importantes”, existe un subgrupo específico de “Salud y bienestar” que permite introducir información sobre superación de una enfermedad, abandono de un hábito, etc.... (folios 49 y 70 a 98 y 847).

TRIGESIMOTERCERO: Que, configurando el campo de interés “Tratamiento Profilaxis post-exposición para el VIH”, junto con otros criterios de selección, la herramienta de configuración muestra que tiene “1.680 personas. Descripción: Personas que han mostrado interés por páginas relacionados con Tratamiento Profilaxis post-exposición para el VIH o que les han gustado” (folios 49 y 70 a 98).

TRIGESIMOCUARTO: Que, configurando el campo de interés “Soy homosexual”, junto con otros criterios de selección, la herramienta de configuración muestra que

⁴ Personas que comparten vivienda y tienen una relación familiar directa o indirecta.

⁵ Personas que comparten vivienda y no tienen una relación familiar directa o indirecta.



tiene “166.360 personas. Descripción: Personas que han mostrado interés por páginas relacionados con Soy Homosexual o que les han gustado” (folios 49 y 848).

TRIGESIMOQUINTO: Que la Inspección de Datos ha constatado que, tal como se recoge en el punto 1.5.4 de su Informe (con esas mismas especificaciones técnicas), el proceso de creación de un nuevo usuario, en el que no se introduce en la información sobre orientación sexual en el perfil del usuario, y se navega por páginas de FACEBOOK con contenido etiquetado como “gay”, seleccionando la opción de seguir las noticias publicadas por usuarios que tenían un contenido relativo a la homosexualidad, en breves minutos FACEBOOK sugiere de forma automática a dicho usuario el consultar una página en la que se promociona el canal de televisión online *Gayles* en una página web que no es de FACEBOOK sino del dominio “*gayles.tv*”. En la página de configuración de anuncios que permite gestionar al usuario los “Intereses” y “Anunciantes” no aparece ninguna entrada que sea referente a la categoría de anuncios mostrados. Cuando se selecciona el anuncio de “*gayles.tv*” y se pulsa en el botón marcado en la parte superior derecha con una X para eliminar el contenido, dicho anuncio desaparece de la ventana del usuario y en su lugar aparece otro anuncio en el que en el pie del mismo se puede leer “Soy Homosexual” que corresponde a un anuncio de un revista del mismo nombre que se publica en la página web <http://homosensual.mx/> que tampoco pertenece al dominio de FACEBOOK (folios 50, 51, 217 a 225, 848 y 849).

TRIGESIMOSEXTO: Que, tras acceder a la página de configuración de anuncios y configurar los anuncios en las opciones configuradas de la siguiente forma:

- Anuncios basados en mi uso de sitios web y aplicaciones -> Seleccionado NO
- Anuncios en aplicaciones y sitios web fuera de las empresas de FACEBOOK -> Seleccionado NO
- Anuncios con mis acciones sociales -> Seleccionado Nadie
- Anuncios basados en mis preferencias -> Se navega a la página de preferencias y se eliminan todas, aunque ninguna de las preferencias tenía relación con el contenido seleccionado.

Sigue apareciendo el anuncio relativo a “Soy Homosexual” cuando se refresca la página. Se sigue refrescando dicha página y sigue apareciendo el mismo anuncio. Se elimina dicho anuncio específicamente, pulsando en el botón marcado en la parte superior derecha con una X para eliminar el contenido y dicho anuncio desaparece y se sustituye por anuncios con contenido genérico (folios 50, 51, 217 a 225, 848 y 849).

TRIGESIMOSÉPTIMO: Que, sin realizar ninguna actividad de navegación en FACEBOOK o Internet, se vuelven activar en la página de configuración de anuncios las opciones de presentación de publicidad perfilada:

- Anuncios basados en mi uso de sitios web y aplicaciones -> Seleccionado SI
- Anuncios en aplicaciones y sitios web fuera de las empresas de Facebook -> Seleccionado SI



- Anuncios con mis acciones sociales -> Seleccionado Nadie
- Anuncios basados en mis preferencias -> Se navega a la página de preferencias y se eliminan todas, aunque ninguna de las preferencias tenía relación con el contenido seleccionado.

Y aparece una página de anuncios denominada “Lobby Gay” (folios 50, 51, 217 a 225, 848 y 849).

TRIGESIMOCTAVO: Que la Inspección de Datos ha constatado que, tal como se recoge en el punto 1.9.4 de su Informe, que, al solicitar el acceso a los datos conservados por FACEBOOK en una cuenta de la red social del usuario seleccionado (cuya descripción técnica en el Informe se cita), mediante el uso de la función “*Descarga tu Información*”, que se encuentra enlazada desde la página principal “*Configuración General de la Cuenta*”, se mantienen almacenadas las direcciones IP desde las que se han ido realizado accesos a la cuenta al menos desde el 4 de marzo de 2016, esto es, más de 11 meses después de la consulta; sin que las IP almacenadas hayan sufrido ningún tipo de emascaramiento o anonimizado (folios 66, 67, 186 a 210 y 866).

TRIGESIMONOVENO: Que además, consultado un servicio de localización IP, la IP correspondiente al acceso realizado ese 4 de marzo identifica correctamente la población, el proveedor de servicios y la localización sobre un mapa con un error de 1 kilómetro y, asociada a esa dirección, aparte de la fecha, está la hora UTC, la zona horaria, así como información identificativa del navegador, sistema operativo y otros datos identificativos del dispositivo, además de la *cookie* accedida. Indicar que la información de acceso a la *cookie datr* está registrada desde el 20 de agosto de 2015 (folios 67, 186 a 210 y 866).

CUADRAGÉSIMO: Que asimismo, en relación a la conservación de datos asociados a cuentas eliminadas, se constató que con fecha 31 de julio de 2015 se procedió a eliminar la cuenta XXX_XXX.outlook.es y con fecha 23 de febrero de 2017 se intentó acceder a la misma cuenta usando el mismo correo electrónico, obteniendo un mensaje de la aplicación FACEBOOK de que con dicha cuenta no existía ningún usuario. Posteriormente, en la misma fecha se procede a crear una nueva cuenta reutilizando el mismo correo de la cuenta borrada y, una vez creada, se utilizó la opción de descargar la información asociada a la nueva cuenta creada, en principio sin actividad. Consultado el fichero descargado, en el apartado “*Seguridad*”, aparece información registrada a nombre del usuario en relación a la *cookie datr* de fechas 8 de noviembre de 2016 y 10 de febrero de 2017:

“Información de autenticación de la cookie Datr

...480M

Visto por primera vez: Martes, 8 de noviembre de 2016 a las 11:59 UTC+01
Visto 3 veces

...CXzB

Visto por primera vez: Viernes, 10 de febrero de 2017 a las 12:01 UTC+01
Visto 3 veces” (folios 67, 68, 226 a 233 y 866).



FUNDAMENTOS DE DERECHO

I

Es competente para resolver este procedimiento la Directora de la Agencia Española de Protección de Datos, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 37.g) en relación con el artículo 36 de la LOPD y de acuerdo también con lo establecido en el artículo 2.1 de la LOPD y los artículos 2 y 3 del RLOPD.

II

Dadas las alegaciones realizadas por FACEBOOK, INC. sobre su falta de responsabilidad en el tratamiento de los datos personales de los usuarios de Facebook en la Unión Europea, hay que señalar, como cuestión preliminar, que la red social FACEBOOK se configura en torno a la entidad matriz FACEBOOK, INC., responsable última de toda la actividad en Internet de dicha plataforma de comunicación entre sus usuarios.

De este modo, y tal como se desprende de la información que la propia plataforma FACEBOOK facilita en su *web*, tiene su sede principal en Estados Unidos, concretamente en California.

En el hecho probado sexto se establece que el dominio “*Facebook.com*” está registrado a nombre de FACEBOOK, INC. en Menlo Park Estados Unidos y el dominio “*Facebook.es*” está registrado a nombre de FACEBOOK IRELAND; página que como tal no existe, sino es una redirección a la página “*es-es.facebook.com*”.

Para profundizar, en lo expuesto anteriormente, y antes de analizar el fondo de la cuestión, y a la vista de las alegaciones de FACEBOOK INC. en el sentido de que el responsable del tratamiento de los usuarios españoles en España es FACEBOOK IRELAND, recordar la doctrina del Tribunal Supremo en un supuesto bastante similar al que aquí se está estudiando, citando la sentencia del Tribunal Supremo 1384/2016, Sala de lo Contencioso-Administrativo, Sección Sexta, de fecha 13 de junio de 2016 (el subrayado es de esta Agencia):

“El Dictamen 1/2010, sobre los conceptos de «responsable del tratamiento» y «encargado del tratamiento» adoptado el 16 de febrero de 2010 por el (Grupo de Trabajo del artículo 29 de la Directiva 95/46/ CE (GT29), dice en relación con el concepto de responsable del tratamiento lo siguiente: <<El concepto de responsable del tratamiento es autónomo, en el sentido de que debe interpretarse fundamentalmente con arreglo a la legislación comunitaria de protección de datos, y funcional, en el sentido de que su objetivo es asignar responsabilidades en función de la capacidad de influencia de hecho, y, por consiguiente, se basa en un análisis de los hechos más que en un análisis formal>>.

La definición de la Directiva consta de tres componentes fundamentales: el aspecto personal («la persona física o jurídica, autoridad pública, servicio o



cualquier otro organismo»); la posibilidad de un control plural («que solo o conjuntamente con otros»); los elementos esenciales para distinguir al responsable del tratamiento de otros agentes («determine los fines y los medios del tratamiento de datos personales»).

En relación con la determinación de los fines y los medios se señala que "el hecho de determinar los «fines» del tratamiento trae consigo la consideración de responsable del tratamiento (de facto). En cambio, la determinación de los «medios» del procesamiento puede ser delegada por el responsable del tratamiento en la medida en que se trate de cuestiones técnicas u organizativas. Sin embargo, las cuestiones de fondo que sean esenciales a efectos de la legitimidad del tratamiento -como los datos que deban tratarse, la duración de su conservación, el acceso, etc.- deben ser determinadas por el responsable del tratamiento".

No cabe duda alguna de que Google Inc., que gestiona el motor de búsqueda Google Search, es responsable del tratamiento de datos, al determinar los fines, las condiciones y los medios del tratamiento de datos personales. No obstante, ello no implica que Google Inc. sea responsable del tratamiento en solitario, ya que no podemos olvidar que el citado artículo 2.d) de la Directiva 95/46/CE, alude a que la determinación de los fines y los medios del tratamiento de datos personales se puede hacer "sólo o conjuntamente con otros", máxime si tenemos en cuenta, que "las actividades del gestor del motor de búsqueda y las de su establecimiento situado en el Estado miembro de que se trate están indisolublemente ligadas, dado que las actividades relativas a los espacios publicitarios constituyen el medio para que el motor de búsqueda en cuestión sea económicamente rentable y dado que este motor es, al mismo tiempo, el medio que permite realizar las mencionadas actividades" (apartado 56 de la Sentencia del TJUE de 13 de mayo de 2014).

A este respecto, en el Dictamen 1/2010 del GT29 se dice: "En el dictamen de la Comisión sobre la enmienda del PE, la Comisión menciona la posibilidad de que «varias partes determinen conjuntamente, para una única operación de tratamiento, los fines y los medios del tratamiento que se vaya a llevar a cabo» y, por lo tanto, en tal caso, «cada uno de estos corresponsables del tratamiento debe considerarse vinculado por las obligaciones impuestas por la Directiva de proteger a las personas físicas cuyos datos se estén tratando»". Se añade que "la definición de tratamiento contenida en el artículo 2.b) de la Directiva no excluye la posibilidad de que distintos agentes estén implicados en diferentes operaciones o conjuntos de operaciones en materia de datos personales. Estas operaciones pueden producirse simultáneamente o en distintas fases". Y se concluye que "la participación de las partes en la determinación de los fines y los medios del tratamiento en el contexto del control conjunto puede revestir distintas formas y el reparto no tiene que ser necesariamente a partes iguales... Los distintos grados de control pueden dar lugar a distintos grados de responsabilidad, y desde luego no cabe presumir que haya una responsabilidad solidaria en todos los casos. Por lo demás, es muy posible que en sistemas complejos con varios agentes el acceso a datos personales y el ejercicio de otros derechos de los interesados también los puedan garantizar distintos agentes a diferentes niveles".

También resulta ilustrativa otra sentencia del Tribunal Supremo 210/2016, Sala de lo Civil, de fecha 5 de abril de 2016, que viene a decir que:



“Los sujetos protegidos por la normativa sobre protección de datos son las personas físicas (art. 1 y 2.a de la Directiva). El efecto útil de la normativa comunitaria se debilitaría enormemente si los afectados hubieran de averiguar, dentro del grupo empresarial titular de un motor de búsqueda, cuál es la función concreta de cada una de las sociedades que lo componen, lo que, en ocasiones, constituye incluso un secreto empresarial y, en todo caso, no es un dato accesible al público en general. También se debilitaría el efecto útil de la Directiva si se diera trascendencia, en el sentido que pretende la recurrente Google Spain, a la personificación jurídica que el responsable del tratamiento de datos diera a sus establecimientos en los distintos Estados miembros, obligando de este modo a los afectados a litigar contra sociedades situadas en un país extranjero”.

En consecuencia, hay que desestimar las alegaciones realizadas a este respecto por parte de FACEBOOK, INC., y por consiguiente debe considerarse que dicha entidad es responsable del tratamiento de datos personales de los usuarios de FACEBOOK en la Unión Europea pues su participación en la determinación de los fines y los medios del tratamiento queda constatada.

III

Sentado lo anterior, resulta necesario analizar, en segundo lugar, el ámbito de aplicación de la LOPD respecto de los hechos que se examinan en el presente procedimiento sancionador.

Dicho examen exige considerar si las conductas analizadas han sido llevadas a cabo por FACEBOOK INC. en el marco de las actividades de un establecimiento del responsable del tratamiento en territorio español o si se han empleado medios situados en España por parte de FACEBOOK INC. Si nos encontrásemos en uno de estos casos serían aplicables los principios, derechos y garantías previstos en la legislación española de protección de datos.

La LOPD, en el párrafo segundo de su artículo 2.1, al referirse al “Ámbito de aplicación” de la norma, establece lo siguiente:

“Se regirá por la presente Ley Orgánica todo tratamiento de datos de carácter personal:

- a) Cuando el tratamiento sea efectuado en territorio español en el marco de las actividades de un establecimiento del responsable del tratamiento.*
- b) Cuando al responsable del tratamiento no establecido en territorio español, le sea de aplicación la legislación española en aplicación de normas de Derecho Internacional público.*
- c) Cuando el responsable del tratamiento no esté establecido en territorio de la Unión Europea y utilice en el tratamiento de datos medios situados en territorio español, salvo que tales medios se utilicen únicamente con fines de tránsito”.*

El último párrafo del artículo 5.1 de la misma norma establece lo siguiente:

“Cuando el responsable del tratamiento no esté establecido en el territorio de la Unión Europea y utilice en el tratamiento de datos medios situados en territorio



español, deberá designar, salvo que tales medios se utilicen con fines de trámite, un representante en España, sin perjuicio de las acciones que pudieran emprenderse contra el propio responsable del tratamiento”.

Por su parte, el artículo 3 del Reglamento de desarrollo de la LOPD, aprobado por Real Decreto 1720/2008 (RLOPD), señala su ámbito territorial de aplicación en los siguientes términos:

“1. Se regirá por el presente Reglamento todo tratamiento de datos de carácter personal:

a) Cuando el tratamiento sea efectuado en el marco de las actividades de un establecimiento del responsable del tratamiento, siempre que dicho establecimiento se encuentre ubicado en territorio español.

Cuando no resulte de aplicación lo dispuesto en el párrafo anterior, pero exista un encargado del tratamiento ubicado en España, serán de aplicación al mismo las normas contenidas en el título VIII del presente Reglamento.

b) Cuando al responsable del tratamiento no establecido en territorio español, le sea de aplicación la legislación española, según las normas de Derecho internacional público.

c) Cuando el responsable del tratamiento no esté establecido en territorio de la Unión Europea y utilice en el tratamiento de datos medios situados en territorio español, salvo que tales medios se utilicen únicamente con fines de tránsito.

En este supuesto, el responsable del tratamiento deberá designar un representante establecido en territorio español.

2. A los efectos previstos en los apartados anteriores, se entenderá por establecimiento, con independencia de su forma jurídica, cualquier instalación estable que permita el ejercicio efectivo y real de una actividad”

En este mismo sentido se pronuncia el artículo 4 “*Derecho nacional aplicable*” de la Directiva 95/46/CE (aplicable hasta el 25 de mayo de 2018, de acuerdo con lo establecido en el artículo 99 del Reglamento general de protección de datos, Reglamento UE 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la citada Directiva 95/46/CE), que establece lo siguiente:

“Derecho nacional aplicable

1. Los Estados miembros aplicarán las disposiciones nacionales que haya aprobado para la aplicación de la presente Directiva a todo tratamiento de datos personales cuando:

a) el tratamiento sea efectuado en el marco de las actividades de un establecimiento del responsable del tratamiento en el territorio del Estado miembro. Cuando el mismo responsable del tratamiento esté establecido en el territorio de varios Estados miembros deberá adoptar las medidas necesarias para garantizar que cada uno de dichos establecimientos cumple las obligaciones previstas por el Derecho nacional aplicable;



b) el responsable del tratamiento no esté establecido en el territorio del Estado miembro, sino en un lugar en que se aplica su legislación nacional en virtud del Derecho internacional público;

c) el responsable del tratamiento no esté establecido en el territorio de la Comunidad y recurra, para el tratamiento de datos personales, a medios, automatizados o no, situados en el territorio de dicho Estado miembro, salvo en caso de que dichos medios se utilicen solamente con fines de tránsito por el territorio de la Comunidad Europea.

2. En el caso mencionado en la letra c) del apartado 1, el responsable del tratamiento deberá designar un representante establecido en el territorio de dicho Estado miembro, sin perjuicio de las acciones que pudieran emprenderse contra el propio responsable del tratamiento”.

Este artículo responde a las consideraciones que se plasman en los considerandos de la citada Directiva, en concreto los considerandos 18 y siguientes presentan la siguiente justificación del artículo 4 en cuestión:

“(18) Considerando que, para evitar que una persona sea excluida de la protección garantizada por la presente Directiva, es necesario que todo tratamiento de datos personales efectuado en la Comunidad respete la legislación de uno de sus Estados miembros; que, a este respecto, resulta conveniente someter el tratamiento de datos efectuados por cualquier persona que actúe bajo la autoridad del responsable del tratamiento establecido en un Estado miembro a la aplicación de la legislación de tal Estado;

(19) Considerando que el establecimiento en el territorio de un Estado miembro implica el ejercicio efectivo y real de una actividad mediante una instalación estable; que la forma jurídica de dicho establecimiento, sea una simple sucursal o una empresa filial con personalidad jurídica, no es un factor determinante al respecto; que cuando un mismo responsable esté establecido en el territorio de varios Estados miembros, en particular por medio de una empresa filial, debe garantizar, en particular para evitar que se eluda la normativa aplicable, que cada uno de los establecimientos cumpla las obligaciones impuestas por el Derecho nacional aplicable a estas actividades;

(20) Considerando que el hecho de que el responsable del tratamiento de datos esté establecido en un país tercero no debe obstaculizar la protección de las personas contemplada en la presente Directiva; que en estos casos el tratamiento de datos debe regirse por la legislación del Estado miembro en el que se ubiquen los medios utilizados y deben adaptarse garantías para que se respeten en la práctica los derechos y obligaciones contempladas en la presente Directiva;”.

La Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 13 de mayo de 2014, (STJUE, Gran Sala, cuestión prejudicial Google Spain S.L. y Google Inc./AEPD, C-131/2012), dictada en el marco de una cuestión prejudicial relativa a la interpretación, entre otros, del artículo 4, apartado 1, letra a) de la Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, a fin de dar respuesta a la cuestión planteada acerca de si debe interpretarse que existe un “establecimiento”, en los términos descritos en el art. 4.1.a) considera que “la actividad de promoción y venta de espacios publicitarios, de la que Google Spain es responsable para España,



constituye la parte esencial de la actividad comercial del grupo Google y puede considerarse que está estrechamente vinculada a Google Search” y recuerda que Google Spain se dedica al ejercicio efectivo y real de una actividad mediante una instalación estable en España y que al estar dotada de personalidad jurídica propia, es de este modo una filial de Google Inc. en territorio español, y, por lo tanto, un «establecimiento», en el sentido del artículo 4, apartado 1, letra a), de la Directiva 95/46.

Hechas las mencionadas consideraciones la Sentencia analiza si el tratamiento se *«lleve a cabo en el marco de las actividades»* de un establecimiento de dicho responsable situado en territorio de un Estado miembro. Sobre este particular el Tribunal declara que *“la Directiva 95/46 no exige que el tratamiento de datos personales controvertido sea efectuado «por» el propio establecimiento en cuestión, sino que se realice «en el marco de las actividades» de éste.”*

Considera sobre este punto que *“el tratamiento de datos personales realizado en orden al funcionamiento de un motor de búsqueda como Google Search, gestionado por una empresa que tiene su domicilio social en un Estado tercero pero que dispone de un establecimiento en un Estado miembro, se efectúa «en el marco de las actividades» de dicho establecimiento si éste está destinado a la promoción y venta en dicho Estado miembro de los espacios publicitarios del motor de búsqueda, que sirven para rentabilizar el servicio propuesto por el motor.*

En efecto, en tales circunstancias, las actividades del gestor del motor de búsqueda y las de su establecimiento situado en el Estado miembro de que se trate están indisolublemente ligadas, dado que las actividades relativas a los espacios publicitarios constituyen el medio para que el motor de búsqueda en cuestión sea económicamente rentable y dado que este motor es, al mismo tiempo, el medio que permite realizar las mencionadas actividades.

La propia presentación de datos personales en una página de resultados de una búsqueda constituye un tratamiento de tales datos. Pues bien, toda vez que dicha presentación de resultados está acompañada, en la misma página, de la presentación de publicidad vinculada a los términos de búsqueda, es obligado declarar que el tratamiento de datos personales controvertido se lleva a cabo en el marco de la actividad publicitaria y comercial del establecimiento del responsable del tratamiento en territorio de un Estado miembro, en el caso de autos el territorio español.”

Concluye indicando que *“el artículo 4, apartado 1, letra a), de la Directiva 95/46 debe interpretarse en el sentido de que se lleva a cabo un tratamiento de datos personales en el marco de las actividades de un establecimiento del responsable de dicho tratamiento en territorio de un Estado miembro, en el sentido de dicha disposición, cuando el gestor de un motor de búsqueda crea en el Estado miembro una sucursal o una filial destinada a garantizar la promoción y la venta de espacios publicitarios propuestos por el mencionado motor y cuya actividad se dirige a los habitantes de este Estado miembro”.*

Así la cuestión se centra en dilucidar si concurre en este caso alguna de las circunstancias que determinan la aplicación de la LOPD y de su reglamento de desarrollo.

En consecuencia, debe analizarse si el tratamiento de datos examinado se realiza por FACEBOOK INC en el marco de las actividades de FACEBOOK SPAIN.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 4.1.a) de la Directiva, la aplicación de las



disposiciones nacionales de un Estado miembro viene determinada por la existencia de un establecimiento del responsable del tratamiento en el territorio del Estado miembro de que se trate. Aunque esta Directiva no define el concepto de “establecimiento”, en su preámbulo (Considerando 19) señala como elemento determinante el ejercicio efectivo y real de actividades a través de una instalación estable, no siendo preciso que dicho establecimiento tenga personalidad jurídica. Además, el tratamiento de datos personales deberá llevarse a cabo en el marco de tales actividades.

En relación con esta cuestión, el Grupo de Trabajo del artículo 29, en su Dictamen 8/2010, sobre Derecho aplicable, emitido el 16 de diciembre de 2010, señala que:

“la referencia a «un» establecimiento significa que la aplicabilidad del Derecho de un Estado miembro se desencadenará por la ubicación de un establecimiento del responsable del tratamiento en ese Estado miembro y los Derechos de otros Estados miembros podrían desencadenarse por la ubicación de otros establecimientos de ese responsable del tratamiento en esos Estados miembros”. Y añade que “Aun cuando el responsable del tratamiento tenga su establecimiento principal en un tercer país, el mero hecho de tener uno de sus establecimientos en un Estado miembro podría desencadenar la aplicabilidad del Derecho de dicho país, siempre que se reúnan las otras condiciones del artículo 4, apartado 1, letra a)”.

El mismo Dictamen citado señala que:

“la noción de “marco de actividades” no implica que el Derecho aplicable sea el del Estado miembro donde esté establecido el responsable del tratamiento, sino donde un establecimiento del responsable del tratamiento esté implicado en actividades relativas al tratamiento de datos”,

y que deberá tenerse en cuenta al respecto el grado de implicación del establecimiento en las actividades de tratamiento de datos personales.

En el supuesto analizado se estima de interés poner de relieve que, al margen de la forma jurídica de la entidad FACEBOOK SPAIN, S.L., esta entidad constituye un establecimiento implicado en actividades que entrañan el tratamiento de datos personales relativos a personas identificadas o identificables, que se recaban en territorio español.

FACEBOOK, INC desarrolla una actividad de carácter económico que tiene por objeto la obtención de ingresos a cambio de la publicidad de terceros que inserta en los sitios *web* que gestiona. La actividad de FACEBOOK, INC no sería viable sin esa financiación.

La captación de anunciantes en el territorio español constituye la tarea principal de FACEBOOK SPAIN, S.L. Por ello la actuación de FACEBOOK SPAIN, S.L. es significativa para la prestación de los servicios y los tratamientos de datos que conllevan ya que su actividad consiste, como se ha indicado, en la captación de anunciantes en el territorio española, existiendo una relación de causalidad entre la actuación de FACEBOOK SPAIN, S.L. y la existencia misma de los tratamientos que se realizan con fines de publicidad.

Por lo tanto, cabe concluir que la protección conferida por la LOPD es aplicable al presente supuesto y, por ende, la Agencia Española de Protección de Datos es competente para la tramitación del presente procedimiento, de conformidad con lo



establecido en el artículo 2.1.a) de la citada Ley Orgánica.

Resulta relevante añadir a lo expuesto que la entidad FACEBOOK, INC además recurre a medios situados en el territorio español con el fin de captar información en nuestro territorio (utilizando, entre otros, los equipos de los usuarios residentes en España para almacenar información de forma local a través de *cookies* y otros medios, así como ejecutando código en dichos dispositivos), sin que la utilización de tales equipos para la recogida de datos se realice exclusivamente con fines de tránsito por el territorio de la Unión Europea, es decir, no se trata de equipos de transmisión, sino que dichos equipos se emplean para la recogida y tratamiento de los datos.

La Agencia Española de Protección de Datos también resulta competente para decidir sobre el tratamiento llevado a cabo por un responsable no establecido en territorio del Espacio Económico Europeo que ha utilizado en el tratamiento de datos medios situados en territorio español.

En definitiva, la LOPD es aplicable al presente supuesto y procedente la intervención de la Agencia Española de Protección de Datos, pues FACEBOOK, INC cuenta con un establecimiento situado en territorio español, FACEBOOK SPAIN, S.L., implicado en las actividades relativas al tratamiento de datos que ahora se analiza. Además, utiliza en el tratamiento de datos, como se ha expuesto anteriormente, medios situados en territorio español.

IV

Antes de realizar un análisis de las infracciones a la obtención del consentimiento del interesado, se analizará si se cumple de forma apropiada con el deber de información.

El deber de información al afectado aparece regulado en el artículo 5 de la LOPD, cuyos apartados 1 a 3, aplicables al supuesto de recogida de datos del propio afectado, establecen lo siguiente:

“1. Los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco:

- a) De la existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, de la finalidad de la recogida de éstos y de los destinatarios de la información.*
- b) Del carácter obligatorio o facultativo de su respuesta a las preguntas que les sean planteadas.*
- c) De las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa a suministrarlos.*
- d) De la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.*
- e) De la identidad y dirección del responsable del tratamiento o, en su caso, de su representante.*

Cuando el responsable del tratamiento no esté establecido en el territorio de la Unión Europea y utilice en el tratamiento de datos medios situados en territorio español, deberá designar, salvo que tales medios se utilicen con fines de



tránsito, un representante en España, sin perjuicio de las acciones que pudieran emprenderse contra el propio responsable del tratamiento.

2. Cuando se utilicen cuestionarios u otros impresos para la recogida, figurarán en los mismos, en forma claramente legible, las advertencias a que se refiere el apartado anterior.

3. No será necesaria la información a que se refieren las letras b), c) y d) del apartado 1 si el contenido de ella se deduce claramente de la naturaleza de los datos personales que se solicitan o de las circunstancias en que se recaban”.

En el hecho probado séptimo FACEBOOK se establece que el propósito del servicio de la red social es ofrecer publicidad, por lo que es obligado reseñar lo que dispone el artículo 45.1.b) del RLOPD:

“1. Quienes se dediquen a la recopilación de direcciones, reparto de documentos, publicidad, venta a distancia, prospección comercial y otras actividades análogas, así como quienes realicen estas actividades con el fin de comercializar sus propios productos o servicios o los de terceros, sólo podrán utilizar nombres y direcciones u otros datos de carácter personal cuando los mismos se encuentren en uno de los siguientes casos:

(...)

b) Hayan sido facilitados por los propios interesados u obtenidos con su consentimiento para finalidades determinadas, explícitas y legítimas relacionadas con la actividad de publicidad o prospección comercial, habiéndose informado a los interesados sobre los sectores específicos y concretos de actividad respecto de los que podrá recibir información o publicidad”.

En el punto 1.3.2 del apartado segundo de los antecedentes se recoge que FACEBOOK trata, entre otros, el nombre de la cuenta de usuario (incluidos los anteriormente utilizados si hubo cambios por el usuario), fecha de nacimiento, ideología, sexo, creencias religiosas, empleo, formación, dirección (incluso las anteriores si hubo cambio de dirección), número de tarjeta de crédito, teléfono, reconocimiento facial, familiares, amigos, ciudad de origen, fotos, videos, gustos personales, sobre la navegación (fecha, hora, IP, dispositivo...), aplicaciones utilizadas, anuncios y lugares visitados, historial de las conversaciones habidas, amigos eliminados, eventos en los que se ha participado o seguidores y sus correspondientes solicitudes.

En los hechos probados vigesimoquinto, vigesimosexto, vigesimooctavo se establece que los usuarios no son informados de forma clara de los tratamientos que se van a realizar con relación a dichos datos personales. La declaración de que la información obtenida se basa principalmente en los datos aportados por los propios interesados da lugar a la ambigüedad, ya que FACEBOOK recaba otro tipo de datos fruto de la interacción de éstos con FACEBOOK sin que la información que se facilita a los usuarios les permita percibir de forma clara el volumen de información que recaba Facebook sobre ellos ni su utilización.

En el hecho probado segundo se establece que a la hora de creación de la cuenta la información del artículo 5 se ofrece en un enlace denominado “Política de Datos”, sin que en el título del enlace aparezca una referencia a “privacidad” o “protección de datos”.



En el hecho probado tercero se establece que no es obligado acceder al enlace etiquetado como “Política de Datos” para acceder a los servicios de la red social. Este hecho se señala con relación a la necesidad de obtener un consentimiento expreso en el caso de tratamiento de datos especialmente protegidos, como se tratará más adelante.

En el hecho probado decimotercero se establece que en las páginas destinadas a informar a los usuarios sobre la información en la recogida de sus datos personales no se enumera la correspondiente lista de qué datos son recogidos, sino que se limita dar algunos ejemplos. Para encontrar esa información hay que navegar por múltiples páginas de la red social.

En el hecho probado duodécimo se establece que puede registrarse un usuario con una fecha de nacimiento 13 años, sin que se habiliten opciones para el consentimiento de los padres o tutores y sin que se informe, en un lenguaje fácilmente comprensible por ellos como exige el artículo 13 del RLOPD. Tampoco son informados de que no pueden recabarse datos que permitan obtener información sobre los demás miembros del grupo familiar, o sobre las características del mismo, como los datos relativos a la actividad profesional de los progenitores, información económica, datos sociológicos o cualesquiera otros, sin el consentimiento de los titulares de tales datos.

En el hecho probado undécimo se establece que FACEBOOK ofrece herramientas para desarrollar campañas publicitarias en el que se puede seleccionar un público objetivo de edad a partir de 13 años.

En los hechos probados del decimosexto al vigésimo se establece que los usuarios no son informados de que se tratará su información, mediante el uso de cookies, algunas de uso específico publicitario y alguna de uso secreto, cuando navegan por páginas que no son páginas de FACEBOOK (páginas de terceros) y que contienen el botón “Me gusta”. Que esto se produce incluso cuando los usuarios no están registrados en FACEBOOK, pero han visitado alguna vez una de sus páginas. Que también ocurre en usuarios registrados pero que navegan por páginas de terceros, incluso si no tienen sesión iniciada en FACEBOOK, añadiendo la información recogida en dichas páginas a la asociada a su cuenta de FACEBOOK. Y que los editores de dichas páginas no son informados por FACEBOOK de que se va a producir dicho tratamiento de forma adecuada.

En las alegaciones recogidas en el Informe Pericial CF*****, de 26 de mayo de 2017 presentado por FACEBOOK, se establece que no se instalan *cookies* en la página de FACEBOOK antes de mostrar el primer aviso y que incluso no se instalan cuando se consultan los enlaces relativos a la política de *cookies*. Ese hecho es cierto, pero el informe pericial no señala que, por otro lado, la información que se da a los usuarios cuando acceden a páginas de terceros en los que FACEBOOK sí recoge información de la actividad de navegación de los usuarios es nula, y que no se informa a los editores de dichas páginas de sobre qué tendrían que informar a sus usuarios.

En las alegaciones, FACEBOOK alude a que sigue las recomendaciones del Grupo del Artículo 29 en relación con que “*las notificaciones multicapa pueden ayudar a mejorar la calidad de la información recibida*”. La palabra clave es que “pueden” (no es “deben”), pero este no es el caso. Más bien al contrario, se utiliza información en una infinidad de capas sin un orden aparente cuyo resultado es una dificultad para conocer datos recogidos y tratamientos de forma precisa.

En las alegaciones, FACEBOOK alude que “la Política de datos... están todas identificadas”, cuando lo que utilizando el término “Política de datos” está evitando



identificar correctamente lo que se debería titular como “Política de Privacidad” o “de Protección de Datos Personales”.

En las alegaciones, FACEBOOK alude a que la información que proporciona al usuario les permite “*entender fácilmente las finalidades para las cuales se lleva a cabo el tratamiento de sus datos y modificar/corregir sus datos en todo momento*”, pero se limita a reiterar esta información sin dar una lista exhaustiva de los tratamientos que efectúa y dónde se explican al usuario entre sus diferentes páginas. La normativa de protección de datos personales establece y la doctrina de la Audiencia Nacional viene considerando que corresponde al responsable o titular del fichero la carga de la prueba del cumplimiento del deber de informar y en este caso FACEBOOK, INC. no ha acreditado que haya obtenido un consentimiento válido de los afectados.

Además, ese presunta facilidad no es tal, como se recoge en el hecho probado cuarto, pues durante el proceso de registro se despliega una serie de opciones para completar la configuración de la cuenta, entre ellas, una opción titulada “*Conoce la configuración de la privacidad*”; sin que esta opción sea de consulta obligada para continuar con el uso de la cuenta de usuario y no quedando, si no se efectúa por el usuario en el momento inicial de uso de la cuenta, un enlace de fácil localización para acceder con posterioridad a dicha opción de configuración, ni se muestre un recordatorio al respecto.

En particular, en relación con este tema, esa información es nula en el caso de que, como se ha señalado anteriormente, se recojan datos de usuarios en páginas que no son de FACEBOOK.

En las alegaciones, FACEBOOK alude a que la “*AEPD parece cuestionar la proporcionalidad del uso de la cookie “datr” y que “la finalidad de seguridad se ha confirmado y analizado por parte del DPC*”. Los informes de la Autoridad Irlandesa a este respecto se basan en aceptar las manifestaciones de FACEBOOK, pero lo que es más importante, es que FACEBOOK, aparte de insistir en sus manifestaciones, no ha presentado evidencias de que ejecute funciones de seguridad y sólo de seguridad. Pero, en todo caso, FACEBOOK no ofrece alegaciones explicaciones sobre el resto de cookies recogidas simultáneamente con la cookie “datr”, que como se establece en el hecho probado decimotercero son ocho cookies más, haciendo un total de nueve cookies, que no se nombran en las alegaciones de FACEBOOK.

En las alegaciones, FACEBOOK alude a que no recoge datos de menores de 14 años, pero no presenta informe pericial o prueba que contradiga lo establecido en el hecho probado duodécimo, de qué sí se recogen, y contradice a sus propias herramientas para configurar las campañas de publicidad que permiten seleccionar a usuarios de 13 años.

En las alegaciones, FACEBOOK alude a que “*... la herramienta “DYI” (Descarga tu información) constituyen (sic) una fuente de información sólida de privacidad*”, pero más adelante, cuando la AEPD reclama a FACEBOOK que cuando se usa dicha herramienta para descargar la información asociada a un usuario de nueva creación, y se le asocia información de una *cookie* de un usuario que se canceló hace 17 meses, que eso no es información relativa a ninguno de los usuarios, como se ve en el fundamento de derecho IX en relación a la retención de datos.

En las alegaciones, FACEBOOK alude a que “*la Política de Datos identifica claramente el rol de Facebook Ireland como responsable del tratamiento*”, lo que, según se deriva de los fundamentos anteriores, es una información errónea, y hace



confundir al usuario entre el rol de encargado que tiene entre sus funciones la de atención de los derechos con el de responsable del tratamiento.

En definitiva, no se da adecuado cumplimiento por parte de FACEBOOK, INC., en lo que respecta a la información facilitada al interesado y no resulta, por ende, ajustada a lo exigido por la normativa nacional y de la Unión Europea en materia de protección de datos de carácter personal.

V

El artículo 6 de la LOPD dispone, en su apartado 1, lo siguiente:

“El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la ley disponga otra cosa”.

El artículo 3.h) de la LOPD 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”, de lo cual se desprende la necesaria concurrencia para que el consentimiento pueda ser considerado conforme a derecho de los cuatro requisitos enumerados en dicho precepto.

Como ha señalado la Audiencia Nacional en su Sentencia de 10 de mayo de 2007:

<<El apartado h) del artículo 3 LOPD nos dice que el consentimiento del interesado es toda manifestación de voluntad, libre, inequívoca, específica e informada, mediante la que el interesado consienta el tratamiento de datos personales que le conciernen. De esta definición se desprende que es necesario que concurren cuatro requisitos para que el consentimiento sea válido a los efectos de legitimar un tratamiento de datos personales. En primer lugar que el consentimiento se preste libremente lo que supone que el mismo ha de obtenerse libre de vicios del consentimiento en los términos regulados en el Código Civil (violencia, intimidación, error...). En segundo lugar que el consentimiento venga referido a una determinada operación de tratamiento y para una finalidad determinada y legítima del responsable del tratamiento. No son posibles los consentimientos genéricos o inespecíficos. En tercer lugar, el consentimiento ha de ser informado lo que significa que el afectado o interesado conoce que se va a realizar un tratamiento con sus datos y cuál va a ser el alcance de ese tratamiento. Esta información debe ser expresa, precisa e inequívoca en relación a la existencia del fichero o tratamiento, a la finalidad perseguida por la recogida de los datos y los destinatarios de la información, del carácter obligatorio o facultativo de las respuestas a las preguntas planteadas, de las consecuencias de la obtención de los datos o de la negativa a suministrarlos, de la posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, así como de la identidad y dirección del responsable del tratamiento o, en su caso, de su representante. Así lo expresa el artículo 5 al fijar el contenido del derecho de información en la recogida de datos. En cuarto lugar, el consentimiento ha de ser inequívoco lo que excluye el consentimiento presunto, aquel que debe deducirse de los actos realizados por el afectado>>

En cuanto a la necesidad de que el consentimiento sea específico, se puede citar el Dictamen 15/2011 del Grupo de Protección de Datos del artículo 29, sobre la



definición de consentimiento, que contempla las condiciones generales de validez del consentimiento y determina, en cuanto a la necesidad de que el consentimiento se manifieste a través de una manifestación de voluntad específica, que:

“para ser válido, el consentimiento debe ser específico. En otras palabras, el consentimiento indiscriminado sin especificar la finalidad exacta del tratamiento no es admisible.

Para ser específico, el consentimiento debe ser comprensible: referirse de manera clara y precisa al alcance y las consecuencias de tratamiento de datos. No puede referirse a un conjunto indefinido de actividades de tratamiento. Esto significa, en otras palabras, que el consentimiento se aplica en un contexto limitado.

El consentimiento debe darse en relación con los diversos aspectos del tratamiento, claramente identificados. Esto implica saber cuáles son los datos y los motivos del tratamiento. Este conocimiento debería basarse en las expectativas razonables de las partes. Por tanto, el <<consentimiento específico>> está intrínsecamente relacionado con el hecho de que el consentimiento debe estar informado. Existe un requisito de precisión del consentimiento con respecto a los diferentes elementos del tratamiento de datos: no puede pretenderse que abarque <<todos los fines legítimos>> perseguidos por el responsable del tratamiento. El consentimiento debe referirse al tratamiento que es razonable y necesario en relación con la finalidad...”

El consentimiento prestado requiere que la información sea expresa, precisa e inequívoca no sólo en relación con la existencia del fichero o tratamiento sino también en relación con la finalidad específica perseguida con la recogida de datos.

Hay que reiterar por ello que el tratamiento de datos sin consentimiento de los afectados constituye un límite al derecho fundamental a la protección de datos. Este derecho, en palabras del Tribunal Constitucional en su Sentencia 292/2000, de 30 de noviembre (F.J. 7 primer párrafo) *“...consiste en un poder de disposición y de control sobre los datos personales que faculta a la persona para decidir cuáles de esos datos proporcionar a un tercero, sea el Estado o un particular, o cuáles puede este tercero recabar, y que también permite al individuo saber quién posee esos datos personales y para qué, pudiendo oponerse a esa posesión o uso. Estos poderes de disposición y control sobre los datos personales, que constituyen parte del contenido del derecho fundamental a la protección de datos se concretan jurídicamente en la facultad de consentir la recogida, la obtención y el acceso a los datos personales, su posterior almacenamiento y tratamiento, así como su uso o usos posibles, por un tercero, sea el estado o un particular (...).”*

En el presente caso concreto, en consecuencia, y en cuanto a la finalidad, la referencias que contiene la Política de Privacidad, se realizan mediante términos inconcretos de los que no cabe deducir, sin duda o equivocación, la finalidad para la cual van a ser tratados los datos, lo que impide que el interesado pueda conocer, como señala el Tribunal Constitucional, *“a qué uso lo está destinando y, por otro lado, el poder oponerse a esa posesión y usos”*.

Todo lo expuesto con anterioridad conduce a analizar con más detalle el tema de la finalidad en el momento de la recogida de los datos. La normativa sobre protección de datos de carácter personal exige a los responsables del tratamiento cumplir con los principios de finalidad y de proporcionalidad, recogidos en el artículo



4.1 de la LOPD, cuyo tenor literal dispone que:

“Los datos de carácter personal sólo se podrán recoger para su tratamiento, así como someterlos a dicho tratamiento, cuando sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y las finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido”.

Este artículo 4 de la LOPD, con la denominación “*Calidad de datos*”, es el primer precepto del título II dedicado a los “*Principios de calidad de datos*”, que derivan del derecho fundamental a la protección de datos. El apartado 1 del artículo 4 de la LOPD comienza estableciendo que los datos de carácter personal sólo se podrán recoger para su tratamiento, así como someterlos a dicho tratamiento, de acuerdo con una serie de criterios, que se resumen en el principio de proporcionalidad.

Este artículo 4.1 de la LOPD consagra el principio de proporcionalidad en el tratamiento de los datos de carácter personal y limitación de los fines, que impide el tratamiento de aquellos que no sean necesarios o proporcionados a la finalidad que justifica el tratamiento, debiendo restringirse el tratamiento de los datos excesivos o bien procederse a la supresión de los mismos. En consecuencia, el tratamiento del dato ha de ser pertinente y no excesivo en relación con el fin perseguido. Únicamente pueden ser sometidos a tratamiento aquellos datos que sean estrictamente necesarios para la finalidad perseguida. Por otra parte, el cumplimiento del principio de proporcionalidad no sólo debe producirse en el ámbito de la recogida de los datos, sino que ha de respetarse, asimismo, en el posterior tratamiento que se realice de los mismos.

La Política de Privacidad de FACEBOOK es indeterminada, considerando las expresiones genéricas y poco claras que utiliza, así como la multitud de enlaces que han de manejarse para conocerla en su totalidad. Hace referencia a una serie de finalidades caracterizadas por su imprecisión y no especifica los servicios y datos personales que se asocian a dichas finalidades.

Como ya se indicó más arriba, el usuario de FACEBOOK (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 ni de las finalidades a las que se destinarán dichos datos. Sobre todo, ha de destacarse en este punto que los internautas no registrados desconocen la recogida de datos de su navegación.

Un consentimiento válido requiere asimismo un consentimiento inequívoco que permita al afectado ejercer un efectivo control sobre sus datos y le garantice su poder de disposición sobre los mismos.

El consentimiento debe ser inequívoco, de modo que sea evidente sin que admita duda o equivocación.

En los hechos probados segundo y tercero se establece que, en el propio registro inicial en FACEBOOK, al proporcionar los datos personales básicos, el botón a presionar está etiquetado como “*Terminado*”, sin que, como ocurre en muchas otras aplicaciones, se obligue, con las correspondientes ventanas emergentes, a leer las condiciones y hacer clic con leyendas como “*Acepto*” y otras similares, o con tecnologías de deslizamiento, que no dejen lugar a la duda.

En los hechos probados tercero y cuarto se establece que no es obligatorio acceder a la política de privacidad (“*política de datos*”) para continuar en el proceso de registro de un usuario nuevo y, aunque se despliega una serie de opciones para



completar la configuración de la cuenta, entre ellas, la titulada “*Conoce la configuración de la privacidad*”, esta opción no es de consulta obligada. Además, y si no se efectúa por el usuario en ese momento inicial, no queda un enlace de fácil localización para acceder con posterioridad y sin que se muestre ningún recordatorio de ello (folios 30, 155 a 170 y 829).

Para que el consentimiento sea válido por tanto debe ser inequívoco, aparte de informado y específico, como ya se ha razonado, de forma que pueda considerarse que el interesado lo ha prestado de forma indubitada y sin haber sido o podido ser inducido a error. Con ello se asegura al afectado un efectivo poder sobre sus datos y se le garantiza la toma de decisiones acerca de su disposición.

Dice la sentencia, por todas, de la Audiencia Nacional de 4 de marzo de 2009 que: “*El adjetivo "inequívoco" que califica al consentimiento, significa según el Diccionario de la Real Academia Española "que no admite duda o equivocación" y, por contraposición, a equívoco, lo que no puede entenderse o interpretarse en varios sentidos, o que no puede dar ocasión a juicios diversos.*

La exigencia de que sea inequívoco está relacionada con la forma de prestar el consentimiento, pues el citado precepto no establece ni requiere que tenga que prestarse de forma determinada, ni de forma expresa o por escrito. Esta Sala viene considerando que no es necesario que dicho consentimiento se preste de forma expresa, con base a que no tendría sentido la exigencia de consentimiento expreso para el tratamiento de los datos especialmente protegidos a que se refiere el Art. 7 LOPD.

Ahora bien, el consentimiento, como ha dicho esta Sala de forma reiterada, entre otras en la sentencia de 20 de septiembre 2006, tiene que ser inequívoco por parte del titular de los datos pues es él y no un tercero quien tiene el poder de disposición y control sobre sus datos personales, aun cuando no se requiere que se produzca de forma expresa o por escrito pero sí debe reunir los requisitos previstos en el artículo 3h) y 6.1 de la LOPD”.

En el caso que nos ocupa, tal y como ha quedado acreditado, el potencial usuario de FACEBOOK no tiene por qué haber aceptado las condiciones de la política de privacidad para concluir el proceso de alta, lo que hace que el consentimiento no sea inequívoco pudiendo considerarse por tanto que los términos que aparecen a la vista del futuro usuario en el proceso de registro, respecto a ese clic, inducen a error acerca del tratamiento en un usuario con un conocimiento medio de las nuevas tecnologías, como ya se ha indicado.

En consecuencia, y dado que el uso de Internet permite formas muy sencillas y extremadamente automatizadas para la recopilación de todo tipo de datos (en muchas ocasiones de un modo poco o nada transparente, con una inmensa difusión) se hace obligado que en la práctica el procedimiento para la obtención del oportuno consentimiento informado no se lleve a cabo con un simple clic, como ocurre en el presente caso concreto con un recuadro con una expresión “*Terminado*”. Esto provoca que tal consentimiento no llegue a ser inequívoco, como determina la normativa.

VI

Tras el análisis de las circunstancias preliminares expuestas, debe abordarse, en primer lugar, el examen de la infracción del artículo 6.1 de la LOPD que se imputa a FACEBOOK INC.



El artículo 6 establece que la ausencia de información o una información insuficiente sobre los extremos recogidos en el artículo 5 de la LOPD determina la falta de consentimiento para el tratamiento de los datos. Esta información defectuosa se ha establecido en el fundamento de derecho IV.

El artículo 6 también establece que el consentimiento ha de ser específico y, que en el caso que nos ocupa, este no lo es, como se ha establecido en el fundamento de derecho V.

Finalmente, el artículo 6 establece que el consentimiento ha de ser inequívoco y, que en el caso que nos ocupa, este tampoco lo es, como se ha establecido en el fundamento de derecho VI.

Por consiguiente, dado que ha quedado acreditado que el consentimiento de los sujetos de los datos, tantos los usuarios de FACEBOOK como los usuarios de Internet que sin ser de FACEBOOK han visto sus datos tratados por la entidad, no ha sido recabado conforme a varias de las exigencias establecidas en la LOPD, y de que no concurre ninguna de las excepciones establecidas en los artículos 6.2 de la LOPD y 7 f) de la Directiva 95/46/CE que vendrían a eximir de cumplir dicho requisito, se ha producido la comisión por parte de FACEBOOK, INC. de una infracción del ya citado artículo 6.1 de la LOPD, en este caso en concreto, en relación con los artículos 5 y 4.1 y 2 de la misma norma, así como en relación con el artículo 13 del RLOPD; infracción tipificada como grave en el artículo 44.3.b) de la LOPD, que considera como tal *“Tratar datos de carácter personal sin recabar el consentimiento de las personas afectadas, cuando el mismo sea necesario conforme a lo dispuesto en esta Ley y sus disposiciones de desarrollo”*, pudiendo ser sancionada, con multa de 40.001 euros a 300.000 euros, de acuerdo con lo establecido en artículo 45.2 de la LOPD.

VII

Realizadas las anteriores consideraciones procede a continuación analizar la infracción que se imputa a FACEBOOK, INC. del artículo 7 de la LOPD, *Datos especialmente protegidos*, que establece en sus apartados 1 a 4 lo siguiente:

“1. De acuerdo con lo establecido en el apartado 2 del artículo 16 de la Constitución, nadie podrá ser obligado a declarar sobre su ideología, religión o creencias.

Cuando en relación con estos datos se proceda a recabar el consentimiento a que se refiere el apartado siguiente, se advertirá al interesado acerca de su derecho a no prestarlo.

2. Sólo con el consentimiento expreso y por escrito del afectado podrán ser objeto de tratamiento los datos de carácter personal que revelen la ideología, afiliación sindical, religión y creencias. Se exceptúan los ficheros mantenidos por los partidos políticos, sindicatos, iglesias, confesiones o comunidades religiosas y asociaciones, fundaciones y otras entidades sin ánimo de lucro, cuya finalidad sea política, filosófica, religiosa o sindical, en cuanto a los datos relativos a sus asociados o miembros, sin perjuicio de que la cesión de dichos datos precisará siempre el previo consentimiento del afectado.

3. Los datos de carácter personal que hagan referencia al origen racial, a la salud y a la vida sexual sólo podrán ser recabados, tratados y cedidos cuando,



por razones de interés general, así lo disponga una Ley o el afectado consienta expresamente.

4. Quedan prohibidos los ficheros creados con la finalidad exclusiva de almacenar datos de carácter personal que revelen la ideología, afiliación sindical, religión, creencias, origen racial o étnico, o vida sexual”.

En el hecho probado vigesimoséptimo se establece que se recogen datos especialmente protegidos en la configuración del perfil de los usuarios, como son los de creencias e ideología.

En los hechos probados del trigésimo al trigésimo cuarto se establece que FACEBOOK ofrece herramientas para diseñar campañas publicitarias que permiten seleccionar público objetivo en función de un perfilado realizado con datos especialmente protegidos.

En los hechos probados del trigesimoquinto al trigesimoséptimo se establece que FACEBOOK trata las preferencias de navegación de los usuarios en su red social para perfilarlos mediante datos especialmente protegidos y así ofrecerles contenido en relación con dicho perfil.

En sus alegaciones, FACEBOOK alude que en su Política de Publicidad que publica en la página web “www.facebook.com/policias/ads/#” que “No utilizamos información personal sensible para segmentar los anuncios. Los temas que elijas para segmentar tu anuncio no reflejan las creencias personales, las características, ni los valores de las personas que usan Facebook o Instagram”. Esta declaración pública constituye, desde nuestro punto de vista, un agravante pues desinforma a los usuarios de FACEBOOK sobre la utilización de sus datos especialmente protegidos y ahonda en la certeza de que se tratan los mismos sin su consentimiento expreso y escrito.

En sus alegaciones, FACEBOOK alude a que “la herramienta para dirigir la publicidad no permite que los anunciantes segmenten la publicidad a un objetivo basándose en datos personales sensibles”, cuando en el hecho probado trigesimosegundo se establece que la herramienta de perfilado de publicidad incluye los campos “Vida sexual”, “Creencias” o “Salud”, entre otros.

En sus alegaciones, FACEBOOK alude a que la información sobre el estado civil y la composición del hogar no son datos especialmente protegidos. Sin entrar en discusión de que hasta qué punto la extensión de la información asociada a dichos campos pudieran llegar a ser un dato especialmente protegido combinado con el resto de datos, no discute en ningún momento que los de “Vida sexual”, “Creencias” o “Salud”, sí sean datos especialmente protegidos.

En sus alegaciones, FACEBOOK alude a que la AEPD confunde el concepto “Páginas Sugeridas” con el de “Publicidad”. Sin embargo, las herramientas que pone a disposición de sus usuarios para controlar el uso de sus datos personales a la hora de mostrar lo que FACEBOOK denomina “Páginas Sugeridas” se encuentra etiquetada en la red social como “Configuración de Anuncios”, “Anuncios basados en mi uso ...”, “Anuncios basados en mis preferencias”, etc, como aparece en los hechos probados del trigesimoquinto al trigesimoséptimo.

En sus alegaciones, FACEBOOK alude a que la información basada en intereses no puede considerarse información sensible según se define dato sensible en la Directiva y el documento del Grupo de Trabajo del Artículo 29 sobre categorías especiales de datos. En primer lugar, existe una recogida específica de datos, e incluso se anima al usuario, a que manifieste sus creencias e ideologías concretas.



Por otro lado, en la herramienta de perfilado de publicidad se especifican opciones como, literalmente, “Soy Homosexual”, lo que no es una declaración genérica de intereses.

Por lo tanto, FACEBOOK trata datos especialmente protegidos para múltiples propósitos.

VIII

Tal y como establece el artículo 7, en el caso de FACEBOOK, la única base legal para tratar los datos especialmente protegidos es el consentimiento, que además ha de ser expreso y por escrito. Además, FACEBOOK no ha alegado que incurra en alguna de las excepciones en el apartado 7.2.

Como se ha establecido en los fundamentos jurídicos IV, V y VI, el consentimiento para tratar, en particular, los datos especialmente protegidos, no cumple con las exigencias establecidas para que el consentimiento sea válido, a lo que se añade lo establecido en los hechos probados vigesimoquinto y vigesimosexto, sobre que FACEBOOK no informa de que tipología de datos se recogen, en particular para lo que interesa en este fundamento, que no se informa que se tratan datos especialmente protegidos,.

En cuanto al consentimiento expreso, en ningún momento se recaba el mismo en el proceso de recogida de datos directamente por el usuario o indirectamente de su actividad en la red social.

Para el caso particular del tratamiento de los datos especialmente protegidos con el propósito de publicidad, los hechos probados decimocuartos y vigesimoquinto establecen que las herramientas que se ponen a disposición de los usuarios para el control de la publicidad mostrada no se establece un régimen de preferencias para el tratamiento de datos especialmente protegidos, no se solicita el consentimiento *a priori* para dicho tratamiento, sino que por defecto se tratan todos los datos personales por igual con el fin publicitario ya detallado. Es más, las opciones de configuración permiten al usuario que, en efecto, FACEBOOK no muestre anuncios basados en su perfil, pero no implican que no se recoja ni se trate la información para crear un perfil asociado al usuario y que conserve de forma indefinida, como se establece en el hecho probado trigesimoséptimo.

Como se establece en los hechos probados segundo y tercero, el único registro que realiza el usuario para que FACEBOOK inicie el tratamiento de datos especialmente protegidos es pulsar un botón denominado “Terminado” que no es independiente de la acción para tratar el resto de los datos recogidos, que no hace referencia a que dicha acción suponga que se traten datos especialmente protegidos y que, como no obliga a consultar la política de privacidad, no permite conocer al usuario de forma expresa para qué tratamientos se está recabando su consentimiento.

En el mismo sentido el hecho probado cuarto establece que la opción titulada “*Conoce la configuración de la privacidad*” no es de consulta obligada para continuar con el uso de la cuenta de usuario, por tanto no permite obtener el consentimiento expreso en relación con los datos especialmente protegidos.

En definitiva, el consentimiento de los usuarios para el tratamiento de sus datos especialmente protegidos no ha sido recabado conforme a las exigencias de la LOPD, ya que no es un consentimiento válido, no es expreso y no es por escrito y, puesto que



no concurren ninguna de las excepciones establecidas en el artículo 7 de la LOPD que vendrían a eximir de cumplir dicho requisito, se ha acreditado la comisión por parte de FACEBOOK, INC. de una infracción del ya citado artículo 7 de la LOPD; infracción tipificada como muy grave en el artículo 44.4.b) de dicha norma, que considera como tal *“Tratar o ceder los datos de carácter personal a los que se refieren los apartados 2, 3 y 5 del artículo 7 de esta Ley salvo en los supuestos en que la misma lo autoriza o violentar la prohibición contenida en el apartado 4 del artículo 7”*, pudiendo ser sancionada, con multa de 300.001 euros a 600.000 euros, de acuerdo con lo establecido en artículo 45.3 de la LOPD.

IX

Finalmente procede analizar la infracción del artículo 4.5 de la LOPD, que establece que:

“Los datos de carácter personal serán cancelados cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad para la cual hubieran sido recabados o registrados.

No serán conservados en forma que permita la identificación del interesado durante un período superior al necesario para los fines en base a los cuales hubieran sido recabados o registrados.

Reglamentariamente se determinará el procedimiento por el que, por excepción, atendidos los valores históricos, estadísticos o científicos de acuerdo con la legislación específica, se decida el mantenimiento íntegro de determinados datos”.

En estrecha relación con esto, el artículo 16.2 de la LOPD establece que:

“Serán rectificadas o canceladas, en su caso, los datos de carácter personal cuyo tratamiento no se ajuste a lo dispuesto en la presente Ley y, en particular, cuando tales datos resulten inexactos o incompletos”. Y el apartado 3 del mismo artículo 16 dispone que “La cancelación dará lugar al bloqueo de los datos, conservándose únicamente a disposición de las Administraciones Públicas, Jueces y Tribunales, para la atención de las posibles responsabilidades nacidas del tratamiento, durante el plazo de prescripción de éstas. Cumplido el citado plazo deberá procederse a la supresión”.

Este último precepto, a su vez, se complementa con la previsión contenida en el artículo 16.5 de la LOPD, según el cual:

“los datos de carácter personal deberán ser conservados durante los plazos previstos en las disposiciones aplicables o, en su caso, en las relaciones contractuales entre la persona o entidad responsable del tratamiento y el interesado”.

Así, a menos que exista otra base jurídica, y sin que sea necesario que el interesado solicite la cancelación, cuando los datos hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad para la cual hubieran sido recabados o registrados deberán bloquearse durante el plazo necesario para atender las posibles responsabilidades nacidas del tratamiento, transcurrido el cual debe procederse a la supresión definitiva. Durante dicho plazo los datos bloqueados quedan a disposición, únicamente, de las Administraciones Públicas, Jueces y Tribunales.



En los hechos trigesimosexto al trigesimoséptimo se establece que cuando un usuario configura sus opciones de privacidad para no recibir anuncios, la información de perfilado recogida por FACEBOOK a partir de sus hábitos de navegación no se elimina, sino que se retiene y se reutiliza posteriormente asociada al mismo usuario.

El hecho trigesimooctavo establece que se conservan durante al menos 11 meses las direcciones IP desde las que se han ido realizando accesos a la cuenta, sin que hayan sufrido ningún tipo de enmascaramiento o anonimización, y sin una finalidad justificable.

El hecho trigesimonoveno establece que dicha dirección IP permite identificar la fecha del acceso, identifica correctamente la población, el proveedor de servicios y la localización sobre un mapa con un error de 1 kilómetro y, asociada a esa dirección, aparte de la fecha, está la hora UTC, la zona horaria, así como información identificativa del navegador, sistema operativo y otros datos identificativos del dispositivo, además de la *cookie* accedida.

El hecho cuadragésimo establece que, con relación a la conservación de datos asociados a cuentas eliminadas de las que se solicitada el borrado de los datos, la información relativa a una *cookie* de la cuenta eliminada se almacena durante más de 17 meses, y que, si se crea una nueva cuenta asociada a un correo electrónico con el mismo nombre, esa información se asocia al nuevo usuario. Incluso se tiene constancia que durante dichos 17 meses se sigue recogiendo y tratando información.

En sus alegaciones, FACEBOOK alude que un periodo de conservación de las direcciones IP de al menos 11 meses “*no vulnera la legislación de la UE*”, ni que la LOPD ni la Directiva “*exigen un periodo máximo de conservación específico o fijo para ningún tipo de dato personal*”. La última afirmación se comparte, ya que la normativa española exige que los datos sean cancelados cuando hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad para la cual hubieran sido recabados o registrados.

En sus alegaciones FACEBOOK declara unos “*finés de seguridad importantes*” en la conservación de las direcciones IP que no concreta en ningún momento. Alude al artículo 17.1 de la Directiva confundiendo “*control de acceso*” con “*registro de acceso*”. Alude al artículo 103 de RLOPD que exige la conservación de los registros de acceso durante dos años, aunque dicho artículo no establece la obligación de conservar direcciones IP ya que no se encuentra en el conjunto de información que es exigible almacenar, y además dicho artículo es obligatorio sólo si, a su vez, es de obligación implementar medidas de seguridad de nivel alto. Alude a que “*el DPC (Autoridad Irlandesa) llevó a cabo un análisis técnico y no formuló objeción alguna sobre las políticas de protección de datos*”.

Dicho análisis técnico realizado en el marco de unas actuaciones de supervisión de las que no dan noticias que hayan finalizado con una decisión formal. Además, dicho informe de auditoría del 21 de diciembre de 2011, contiene en la “*Lista de Recomendaciones y Hallazgos*” la recomendación de la Autoridad Irlandesa de eliminar los datos personales recogidos cuando el propósito para los que habían sido recogidos habían cesado, y junto a esa recomendación aparecía el compromiso de FACEBOOK de eliminar de los log de los *plug-in* sociales el último octeto de la dirección IP, borrar de los *logs* del *plug-in* social la *cookie* fijada por el navegador cuando una persona visita las páginas de FACEBOOK, y se comprometía a acortar significativamente los periodos de retención de la información de los log de acceso.

En sus alegaciones, FACEBOOK (basándose en el informe pericial CF*****, de



26 de mayo de 2017) alude que la información asociada mediante las cookies durante más de 17 meses a un usuario dado de baja, y que se asigna a un nuevo usuario, no es información de carácter personal asociada a un usuario concreto, sino que *“identifica a los navegadores con fines de seguridad e integridad del sitio”*. Pero entra en contracción cuando admite que esa información se descarga utilizando la herramienta DYI (descarga tu información, la del usuario), por lo que el propio FACEBOOK la relacionó con la actividad del nuevo usuario. En todo caso la información, que se obtiene a través de la *cookie data* se instalase o no por la mera visita de páginas de terceros alojadas en FACEBOOK, pero sí en el resto de los supuestos reconocidos en ese informe pericial, se recaba sin ofrecer al internauta la debida información sobre su instalación ni le posibilita prestar el debido consentimiento.

En dicho informe, en el apartado 3.10 titulado “Borrado de cuentas” la Autoridad Irlandesa manifiesta que realiza el estudio de dicho borrado precisamente por la preocupación surgida de que un periodo de 90 días para el borrado de la información personal después de una solicitud de un usuario es excesivo y en sus recomendaciones establece un máximo de 40 días.

En sus alegaciones, FACEBOOK alude los objetivos de seguridad para conservar esa información durante, al menos, dos años (cada vez que se accede a la cookie, se renueva el periodo de conservación), pero ni durante las actuaciones de inspección ni durante las alegaciones concreta dichas funciones de seguridad, y no justifica con la asociación de esa información a un nuevo usuario. Además, en el informe de la Autoridad Irlandesa antes citado, en el apartado 3.5.2, la misma Autoridad manifiesta que espera que FACEBOOK reduzca este periodo, en una censura clara al exceso en la retención de los datos recogidos por dicha cookie.

En sus alegaciones, FACEBOOK alude al peritaje realizado por la entidad FOREST DIGITAL EVIDENCE, S.L. (Informe Pericial CF***** de 26 de mayo de 2017), que afirma, en relación con la geolocalización, que la precisión de la geolocalización de direcciones IP, es proclive a errores, incluso de localidad, dada la operativa de asignación por parte de los operadores de telecomunicaciones, que no siempre se realiza de forma ordenada y previsible y que en la prueba realizada el radio de precisión que daba la herramienta era de 164 kilómetros, no de 1 kilómetro. Pero en los hechos probados no se alude al radio de precisión, sino al mapa en concreto de localización que proporciona la herramienta y que aparece en el Anexo II de la diligencia de 20 de febrero de 2017 de las Actuaciones de Inspección y en el que se ve un mapa donde se localiza la dirección IP en el área del Parque Retiro, parque que se encuentra aproximadamente a un kilómetro de distancia de las oficinas desde las que se realizaron las pruebas.

En consecuencia, los datos personales de los usuarios no son cancelados en su totalidad ni cuando han dejado de ser útiles para el propósito por el que fueron recogidos ni cuando el usuario explícitamente solicitó su eliminación, conforme a las exigencias de la LOPD.

Por lo tanto, concluir que, considerando que los datos personales de los usuarios no son cancelados de forma efectiva conforme a las exigencias de la LOPD, existe la comisión por parte de FACEBOOK, INC. de una infracción del ya citado artículo 4.5 de la LOPD, en este caso en concreto, en relación con el artículo 16 de la misma norma; infracción tipificada como grave en el artículo 44.3.c) de dicha norma, que considera como tal: *“Tratar datos de carácter personal o usarlos posteriormente con conculcación de los principios y garantías establecidos en el artículo 4 de la*



presente Ley y las disposiciones que lo desarrollan, salvo cuando sea constitutivo de infracción muy grave”, pudiendo ser sancionada, con multa de 40.001 euros a 300.000 euros, de acuerdo con lo establecido en artículo 45.2 de la LOPD.

X

El artículo 45 de la LOPD, en sus apartados 2 a 5, establece que:

«2. Las infracciones graves serán sancionadas con multa de 40.001 a 300.000 euros.

3. Las infracciones muy graves serán sancionadas con multa de 300.001 a 600.000 euros.

4. La cuantía de las sanciones se graduará atendiendo a los siguientes criterios:

- a) El carácter continuado de la infracción.
- b) El volumen de los tratamientos efectuados.
- c) La vinculación de la actividad del infractor con la realización de tratamientos de datos de carácter personal.
- d) El volumen de negocio o actividad del infractor.
- e) Los beneficios obtenidos como consecuencia de la comisión de la infracción.
- f) El grado de intencionalidad.
- g) La reincidencia por comisión de infracciones de la misma naturaleza.
- h) La naturaleza de los perjuicios causados a las personas interesadas o a terceras personas.
- i) La acreditación de que con anterioridad a los hechos constitutivos de infracción la entidad imputada tenía implantados procedimientos adecuados de actuación en la recogida y tratamiento de los datos de carácter personal, siendo la infracción consecuencia de una anomalía en el funcionamiento de dichos procedimientos no debida a una falta de diligencia exigible al infractor.
- j) Cualquier otra circunstancia que sea relevante para determinar el grado de antijuridicidad y de culpabilidad presentes en la concreta actuación infractora.

5. 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 apartado 4 de este artículo.
- 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.»

En este caso, procede graduar las sanciones a imponer de acuerdo con los siguientes criterios, recogidos en el citado apartado 4 del artículo 45 de la LOPD, que operan en el presente caso como circunstancias agravantes:

- Por el carácter continuado de la infracción (apartado a), dado que FACEBOOK INC ha estado tratando los datos de los afectados con infracción de los dispuesto en los artículos 6, 7 y 4.5 de la LOPD, al menos durante todo el tiempo que han durado las actuaciones de investigación llevadas a cabo por los servicios de inspección de esta Agencia, resultando patente la continuidad infractora.
- Por el volumen de los tratamientos efectuados (apartado b), pues se estima que FACEBOOK tiene 1.500 millones de usuarios, 21 millones en España.
- Por la vinculación de la actividad del infractor con la realización de tratamientos de carácter personal (apartado 4.c), pues la actividad empresarial de la entidad imputada exige un continuo tratamiento de datos de carácter personal, tanto de sus clientes como de terceros.
- Por el volumen de negocio o actividad del infractor (apartado 4.d), ya que el elevado volumen de facturación de FACEBOOK resulta público y notorio. En los medios de comunicación se ha difundido que los ingresos crecieron de enero a marzo de 2017 un 49%, hasta los 7.376 millones de euros, frente a los 4.943 millones que consiguió en el mismo trimestre de 2016.
- Por los beneficios obtenidos como consecuencia de la comisión de la infracción (apartado e); hay que recordar que se sanciona a FACEBOOK en este caso por el tratamiento de los datos de los usuarios de la red social sin su consentimiento y por la ausencia de cancelación de tales datos y que los ingresos de FACEBOOK se basan en el uso de dichos datos con fines publicitarios, resultando, como ya se ha indicado en el punto anterior, público y notorio el elevado volumen de beneficios que obtiene FACEBOOK por ese tratamiento. Se han estimado en una cantidad de 3.690 millones de dólares en 2015 y de 1.500 millones de dólares en el primer trimestre de 2016. Por otra parte, los medios de comunicación informan que obtuvo en el primer trimestre de 2017 un beneficio neto de 2.814 millones de euros, lo que supone un incremento del 76 % con respecto al mismo periodo del año anterior, cuando logró 1.738 millones.
- En relación con el grado de intencionalidad (apartado 4.f), conviene recordar que el elemento de la exigibilidad de una conducta diferente es considerado por el Tribunal Supremo como un elemento delimitador de la culpabilidad de las conductas sancionables (por todas, ver las sentencias de fechas 23 de octubre de 2006 y 22 de noviembre de 2004), ya que desde el punto de vista material, la culpabilidad consiste en la capacidad que tiene el sujeto obligado



para obrar de modo distinto y, por tanto, de acuerdo con el ordenamiento jurídico. Así, lo relevante es la diligencia desplegada en la acción por el sujeto, lo que excluye la imposición de una sanción, únicamente en base al mero resultado, es decir al principio de responsabilidad objetiva.

La Audiencia Nacional exige a las entidades habituadas al tratamiento de datos de carácter personal que observen un adecuado nivel de diligencia, así indica en su Sentencia de 17 de octubre de 2007 (Rec. 63/2006):

“...el Tribunal Supremo viene entendiendo que existe imprudencia siempre que se desatiende un deber legal de cuidado, es decir, cuando el infractor no se comporta con la diligencia exigible. Y en la valoración del grado de diligencia ha de ponderarse especialmente la profesionalidad o no del sujeto, y no cabe duda de que, en el caso ahora examinado, cuando la actividad de la recurrente es de constante y abundante manejo de datos de carácter personal ha de insistirse en el rigor y el exquisito cuidado por ajustarse a las prevenciones legales al respecto”.

En este caso si bien no es posible sostener que FACEBOOK haya actuado intencionadamente o con dolo, no cabe ninguna duda de que ha incurrido en una grave falta de diligencia. El elevado volumen de tratamientos que realiza se traduce en un deber de extremar la diligencia y de actuar con un mayor rigor a fin de garantizar una tutela efectiva del derecho fundamental que nos ocupa, lo que no consta que haya hecho.

Vistos los preceptos citados y demás de general aplicación:

La Directora de la Agencia Española de Protección de Datos **RESUELVE:**

PRIMERO: IMPONER a la entidad **FACEBOOK, INC.** multa de **trescientos mil euros (300.000 €)**, por la infracción del artículo 6.1, en relación con el artículo 5 y el artículo 4, apartados 1 y 2, todos de la LOPD; infracción tipificada como grave en el artículo 44.3.b) de la LOPD y de acuerdo con lo establecido en el artículo 45 de la LOPD.

SEGUNDO: IMPONER a la entidad **FACEBOOK, INC.** multa de **seiscientos mil euros (600.000 €)**, por la infracción del artículo 7, en relación con el artículo 5 y el artículo 4, apartados 1 y 2, todos de la LOPD; infracción tipificada como muy grave en el artículo 44.4.b) de la LOPD y de acuerdo con lo establecido en el artículo 45 de la LOPD y

TERCERO: IMPONER a la entidad **FACEBOOK, INC.** una multa de **trescientos mil euros (300.000 €)**, por la infracción del artículo 4.5, en relación con el artículo 16, ambos de la LOPD; infracción tipificada como grave en el artículo 44.3.c) de la LOPD y de acuerdo con lo establecido en el artículo 45 de la LOPD.

CUARTO: NOTIFICAR la presente Resolución a **FACEBOOK, INC.**, en su domicilio social, y también a través de FACEBOOK SPAIN SL como establecimiento del responsable en España para que dé traslado de la misma a FACEBOOK INC.



QUINTO: Advertir al sancionado que la sanción impuesta deberá hacerla efectiva una vez sea ejecutiva la presente resolución, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 98.1.b) de la ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en el plazo de pago voluntario que señala el artículo 68 del Reglamento General de Recaudación, aprobado por Real Decreto 939/2005, de 29 de julio, en relación con el art. 62 de la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, mediante su ingreso en la cuenta restringida nº ES00 0000 0000 0000 0000, abierta a nombre de la Agencia Española de Protección de Datos en el Banco CAIXABANK, S.A. o en caso contrario, se procederá a su recaudación en período ejecutivo.

Recibida la notificación y una vez ejecutiva, si la fecha de ejecutividad se encuentra entre los días 1 y 15 de cada mes, ambos inclusive, el plazo para efectuar el pago voluntario será hasta el día 20 del mes siguiente o inmediato hábil posterior, y si se encuentra entre los días 16 y último de cada mes, ambos inclusive, el plazo del pago será hasta el 5 del segundo mes siguiente o inmediato hábil posterior.

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 reglamento de desarrollo de la LOPD aprobado por el Real Decreto 1720/2007, de 21 diciembre.

Contra esta resolución, que pone fin a la vía administrativa (artículo 48.2 de la LOPD), y de conformidad con lo establecido en los artículos 112 y 123 de la Ley 39/2015, de 1/10, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, los interesados podrán interponer, potestativamente, recurso de reposición ante la Directora 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 13/07, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-administrativa, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente a la notificación de este acto, según lo previsto en el artículo 46.1 del referido texto legal.

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