

# Breves Regulación Digital

## Diciembre de 2018 (2)

**PwC**

### Mayor transparencia en apps móviles y redes sociales

En el presente número de Breves:

Analizamos los **ss** pronunciamientos:

1. La sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 5 de junio de 2018, en la que se interpreta el artículo 2.d) de la Directiva 95/46/CE en relación con la definición del concepto “responsable del tratamiento”. Todo ello en el marco de las “fan pages” de Facebook.

2. La decisión de la Commission Nationale de L’informatique et des Libertés (CNIL) que requiere a una app móvil que especifique los nombres de sus socios a los que ceda datos personales de los usuarios en las solicitudes de consentimiento.

#### 1. Sentencia del TJUE I. ¿Qué son las fan pages?

Las “fan pages” o las “páginas de fans” son **cuentas de usuario que pueden ser configuradas en redes sociales como Facebook**, por particulares o empresas. La finalidad de las “fan pages” es que permiten a sus creadores presentarse a los usuarios y a todas las personas que la visitan, así como difundir todo tipo de comunicaciones.

La controversia surge cuando la red social Facebook pone además a disposición de los creadores una herramienta denominada “Facebook Insight” que, a través de cookies permite proporcionar estadísticas anónimas sobre los visitantes de esas páginas.

Esta función es realmente útil para las empresas ya que les ayuda, no solo a conocer el número de visitas de su página, sino incluso las **tendencias en materia de edad, sexo, situación sentimental y profesión, información sobre el estilo de vida y los intereses de su audiencia destinataria**, así como información relativa a las **compras y comportamiento de**

compras en línea de los visitantes de su página, las categorías de productos o servicios que más les interesan, además de datos geográficos **que permiten al administrador de la página de fans** saber dónde efectuar promociones especiales u organizar eventos y, con carácter más general, dirigir de forma óptima su oferta de información.

#### II. Hechos

En la sentencia que se analiza, la autoridad de control en Alemania (ULD) obliga una empresa alemana del sector educativo a desactivar la página de fans que había creado en Facebook. El motivo que se alega es que **la empresa creadora no informaba de los tratamientos de datos que llevaban a cabo a través de las cookies implantadas por Facebook, ni de las finalidades de dicho tratamiento.**

La empresa alemana recurre esta resolución alegando que no es responsable, en el sentido del artículo 2.d) de la Directiva 95/46/CE del tratamiento de los datos realizado ni de las “cookies” instaladas por Facebook, en la medida que ella únicamente trataba información anonimizada.

Sin embargo, el ULD considera que sí que lo es, ya que había contribuido voluntaria y activamente a la recogida de datos a través de las cookies de la red social y, además, se beneficiaba de los mismos mediante las estadísticas que Facebook ponía a su disposición.

Recurrida la resolución por la empresa, se siguen una serie de decisiones por los diferentes tribunales alemanes hasta que finalmente se decide suspender el procedimiento y **plantear cuestión prejudicial al respecto ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE)** ya que considera que el concepto “responsable del tratamiento” debe ser interpretado de manera extensiva.

### **III. Conclusiones del Tribunal de Justicia de la Unión Europea**

El TJUE parte de la afirmación de que debe hacerse una amplia interpretación de la disposición discutida, en aras de dotar a los interesados de una protección eficaz y completa. Afirmación que ya había realizado anteriormente en la sentencia de 13 de mayo de 2014, Google Spain y Google, C-131/12.

Para determinar si el administrador de una página de fans alojada en una red social puede considerarse también responsable, el Tribunal examina en qué medida contribuye a determinar los fines y medios del tratamiento de los datos personales recogidos. Se basa en dos premisas principales:

1) En primer lugar, que los creadores o administradores de estas páginas celebran un contrato específico con la red social, en este caso Facebook, y de este modo suscriben las condiciones de uso de la página, y **ofrecen a Facebook la posibilidad de colocar cookies** en los ordenadores o en cualquier otro aparato de la persona que haya visitado su página de fans, disponga o no esta persona de una cuenta en Facebook.

2) En segundo lugar, **pueden definir los criterios a partir de los cuales deben elaborarse dichas estadísticas** e incluso designar las categorías de personas cuyos datos serán tratados, mediante filtros que Facebook pone a su disposición, por lo que contribuye al tratamiento de los datos personales de los visitantes, incluso aunque solo tenga acceso a información anonimizada en última instancia.

Por todo ello, **considera que el administrador de una página de fans debe ser considerado “responsable del tratamiento”** en el sentido del artículo 2. D) de la Directiva, **en tanto contribuye de manera activa y voluntaria a la determinación de los fines y los medios del tratamiento de los datos personales de los visitantes de la página de fans.** No obstante, esto no significa que la responsabilidad sea equivalente, sino que debe analizarse en cada caso la implicación de cada uno de los agentes en las distintas etapas del tratamiento y evaluarse el nivel de responsabilidad de cada uno de ellos teniendo en cuenta todas las circunstancias del caso.

### **IV. ¿Qué implicaciones hubiese tenido esta sentencia de haberse dictado conforme al nuevo Reglamento (UE) 2016/679?**

Si los hechos analizados en esta sentencia se hubieran enjuiciado al amparo del nuevo reglamento, probablemente el Tribunal de Justicia de la Unión Europea hubiera llegado a la misma conclusión.

Sin embargo, las implicaciones para estos corresponsables serían mucho mayores en lo que al deber de información respecta ya que, como es sabido, la nueva normativa amplía los requisitos de información para los responsables del tratamiento.

El hecho de que las empresas administradoras de las fan pages sean consideradas corresponsables del tratamiento de los datos personales de los visitantes de esa página **implica que deberán cumplir con las obligaciones de información y obtención del consentimiento del nuevo RGPD.**

En concreto, los visitantes de las fan pages en Facebook deberán ser informados de:

- a) La corresponsabilidad de los administradores de la fan page.
- b) Las finalidades del tratamiento y bases legitimadoras del mismo, así como de los demás requisitos establecidos en los artículos 13 y 14 RGPD.
- c) La posibilidad de ejercer sus derechos frente a, y en contra de, cada uno de los responsables.
- d) Los aspectos esenciales del acuerdo suscrito en Facebook y el administrador de la fan page que regule el régimen de responsabilidad de cada corresponsable.

A este respecto, cabe decir que **Facebook deberá actualizar su Política de Privacidad conforme a la decisión que se analiza en este breve**. De lo contrario, estaría incumpliendo el RGPD al no ser transparente en relación a la información que se aporta a los usuarios de las fan pages.

Ello coloca a los administradores de las fan page en una situación complicada teniendo en cuenta:

- a) el alto poder de decisión de Facebook;
- b) el gran volumen de empresas que contratan los servicios fan pages a Facebook y;
- c) la imposibilidad desde el punto de vista técnico de que el administrador de una fan page pueda realizar cambios en el contenido proporcionado a través de la Política de Cookies y la Política de Privacidad.

**Es lógico pensar que será Facebook quién tome la iniciativa de proporcionar una solución acerca de cómo facilitar el cumplimiento del RGPD a las miles de empresas que contratan sus servicios.**

Consecuentemente, hasta que la red social se pronuncie en este sentido, las empresas no tendrán otra alternativa que escoger entre: **(i)** dejar de utilizar los servicios de información estadística de Facebook y **proceder al cierre de su fan page** en ésta u otras redes sociales o; **(ii)** continuar utilizando los servicios de Facebook **asumiendo el riesgo de una posible sanción**.

## **2. Decisión de la Commission Nationale de L'informatique et des Libertés (CNIL) sobre la obtención del consentimiento en apps móviles**

En línea con los mayores requisitos de información exigidos por el RGPD, conviene destacar la reciente decisión de la CNIL en la que se insta al titula de la app a que sea más transparente con el tratamiento de datos de los usuarios de la app. La agencia francesa considera que bajo la redacción actual de la solicitud de consentimiento en la app:

- a) Un usuario puede llegar a interpretar que la no aceptación de la declaración de consentimiento conlleve costes adicionales o la imposibilidad de acceder a la app.
- a) Un usuario no es capaz de entender a qué está consintiendo, dada la imprecisión de las finalidades y la complejidad de los términos utilizados.

En concreto, recalca la necesidad de que los mecanismos de obtención del consentimiento **indiquen de manera clara y accesible las distintas finalidades para las que se solicita el consentimiento y los destinatarios de los datos**.

En este sentido la CNIL apunta que cuando dichos datos vayan a ser cedidos a terceros se deberán **(i) especificar los nombres de cada uno de los destinatarios o, si se trata de una lista larga, (ii) incluir un enlace en la palabra "socio" o similar que redirija al usuario a una página donde se enumeren todos los demás destinatarios responsables del tratamiento**.

## Contacto en PwC Tax & Legal Services



**Assumpta Zorraquino**

*Socia responsable de Regulación Digital*  
assumpta.zorraquino@pwc.com



**Alejandra Matas Brancós**

*Directora de Regulación Digital*  
alejandra.matas.brancos@pwc.com



**Fernando Fernández-Miranda Vidal**

*Director de Regulación Digital*  
fernando.fernandez-miranda.vidal@pwc.com

.....  
*La información y sugerencias contenidas en la presente comunicación son de carácter genérico y no deben ni pueden ser interpretadas como asesoramiento de tipo alguno. De precisar nuestro asesoramiento, deberíamos formalizar la correspondiente propuesta de Servicios. Para cualquier solicitud de alta, baja o cambio de dirección no dude en ponerse en contacto con nosotros a: [data.protection.office@es.pwc.com](mailto:data.protection.office@es.pwc.com)*

© 2018 Landwell - PricewaterhouseCoopers Tax & Legal Services, S.L.. Todos los derechos reservados. "PwC" se refiere a Landwell - PricewaterhouseCoopers Tax & Legal Services, S.L., firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.  
.....