

¿Cómo afecta Meta los derechos fundamentales de las personas consumidoras?

En 2018 el Reglamento General de Protección de Datos Personales (RGPD)¹ se volvió aplicable, exigiendo que las empresas tengan una base legal válida para procesar los datos personales de las personas consumidoras.

Por su parte, Meta, cuyo modelo de negocio se basa en la recopilación y el procesamiento masivo de datos personales a escala², ha estado en el centro de atención para los reguladores por sus prácticas de procesamiento de datos durante muchos años. En una serie de decisiones que tuvieron lugar en 2022 y 2023³, la Comisión Irlandesa de Protección de Datos (DPC) y el Tribunal de Justicia de la UE (TJUE) declararon inválidas las bases legales de Meta para el procesamiento de datos personales. Para ser claros, esto significa que Meta ha estado operando durante años sin una base legal válida para procesar cantidades masivas de datos personales sobre cientos de millones de consumidores europeos.

Después de verse obligada por los reguladores a cumplir con el RGPD, Meta comenzó, en noviembre de 2023, a pedir a las personas consumidoras que utilizan Facebook e Instagram que den su consentimiento para el procesamiento de sus datos personales con fines publicitarios o, alternativamente, que paguen una tarifa de hasta 311 € al año⁴.

Mientras los debates públicos giran en torno a esta nueva política de "pagar o consentir", Meta continúa con su modelo de negocio que invade la privacidad. Una vez que los reguladores confirmaron que la base legal en la que se basaba Meta no era válida, la compañía simplemente hizo cambios en su política de privacidad, mientras continuaba su vigilancia estructural de los consumidores.

Después de analizar las prácticas de Meta, BEUC y sus miembros han descubierto que la empresa podría estar procesando datos personales de una manera que es totalmente incompatible con la ley europea de protección de datos, ya que

1. Infringe los principios de protección de datos del RGPD, como los principios de limitación de finalidad, minimización de datos, procesamiento justo y transparencia;
2. No tiene ninguna base legal válida según el RGPD para su procesamiento de datos.

Esto se suma a las infracciones de la legislación europea en materia de consumo, que BEUC y sus miembros ya denunciaron noviembre de 2023⁵.

Las prácticas de vigilancia comercial de Meta podrían ser ilegales

De acuerdo con su política de privacidad, Meta recopila y procesa varias categorías de datos personales sobre los consumidores con fines de “publicidad comportamental”. Algunos ejemplos son categorías de datos como información relacionada con la ubicación, con cómo interactúa el consumidor con el contenido y las aplicaciones de Meta, así como con el contenido y las aplicaciones de los socios de Meta⁶.

Sin embargo, Meta utiliza una redacción vaga que oscurece el hecho de que el procesamiento de datos que lleva a cabo le permite inferir detalles privados de las personas consumidoras⁷. Los investigadores han descubierto que los “Me gusta” de Facebook se pueden utilizar para inferir características personales como la orientación sexual, las opiniones políticas, el uso de sustancias adictivas y la separación de los padres⁸. El patrón de flujo de los clics de un consumidor en un sitio web puede ser suficiente para generar predicciones sobre los niveles educativos de esa persona. Asimismo, los datos de ubicación pueden usarse para inferir vínculos sociales entre individuos, así como las emociones del consumidor.

Meta utiliza toda esta información para perfilar y agrupar automáticamente a las personas consumidoras según la probabilidad de que cada consumidor haga clic en un anuncio, realice una compra o acciones similares. En la práctica, esto significa que se puede perfilar a los consumidores según su orientación sexual, (in)estabilidad financiera, susceptibilidad a las adicciones, estado emocional, etc.

La referida empresa parece ser de la opinión⁹ que para que una compañía gane dinero con la publicidad, está justificado recopilar todos los datos imaginables sobre las actividades, la ubicación, la personalidad, el comportamiento, las actitudes y las emociones de los consumidores. En realidad, la explotación masiva de la vida privada de cientos de millones de personas consumidoras europeas

para obtener beneficios comerciales no respetaría varios principios fundamentales del RGPD, que se encuentran consagrados en su artículo 5 (1), como los principios de limitación de finalidad, minimización de datos, equidad en el procesamiento y transparencia. De esta forma se denuncia que:

- El procesamiento de datos de Meta no se limita a fines específicos, explícitos y legítimos, ya que perfila a los consumidores para múltiples propósitos, sin aclarar qué tipos de perfiles son necesarios para qué fines.
- Meta no demuestra que su tratamiento de datos se limite a lo necesario, mientras que es cuestionable que el tratamiento de todos los aspectos de la vida de los consumidores sea necesario para orientar la publicidad hacia ellos.
- El tratamiento de datos por parte de Meta es inherentemente injusto, debido al uso de su posición dominante para forzar el consentimiento y su frecuente cambio de bases jurídicas, de manera tal de frustrar el ejercicio de los derechos de los interesados. Además, si bien los consumidores pueden tener una vaga idea de que Meta usa sus datos, no esperarían que esto signifique que su comportamiento pueda llevarlos a ser clasificados automáticamente como alguien propenso a las adicciones, por ejemplo.
- El procesamiento de datos por parte de Meta no es transparente, ya que las personas consumidoras desconocen por completo el verdadero alcance del procesamiento y en qué medida los datos se utilizan para diferentes fines.

Meta está difundiendo una falsa idea de consentimiento que en realidad no brinda a las personas consumidoras libertad de elección

Si bien las actividades de procesamiento de Meta considera BEUC que ya violan varios de los principios básicos del RGPD, la forma en que Meta solicita el consentimiento de los consumidores también es muy problemática y, según nuestro análisis, violaría las leyes europeas. BEUC y sus miembros ya presentaron denuncia ante Red Europea de Cooperación para la Protección de los Consumidores (Red CPC)¹⁰ contra la empresa por utilizar prácticas comerciales engañosas y agresivas para engañar y presionar a los consumidores para que entreguen sus datos. El análisis de BEUC y sus miembros muestra que la forma en que Meta solicita el consentimiento tampoco cumple con el RGPD.

En efecto, Meta continúa tratando los datos de los consumidores sin una base jurídica válida, ya que el consentimiento que solicita la empresa no es válido. El RGPD exige que el consentimiento se proporcione, entre otras cosas, libremente. Sin embargo, Meta está intentando, con su modelo de consentimiento, obligar a las personas consumidoras a aceptar el procesamiento de sus datos personales. Por su parte, la referida empresa no informa adecuadamente a los consumidores sobre su procesamiento de datos, lo que hace imposible que el consumidor sepa cómo cambia el procesamiento si elige una opción u otra. Meta tampoco demuestra que la tarifa que impone a los consumidores que no dan su consentimiento sea realmente necesaria, lo que es necesario según lo estipulado por el TJUE. En estas circunstancias, la elección sobre cómo los consumidores quieren que se procesen sus datos deja de tener sentido y, por tanto, no es libre.

También debe considerarse que Meta tiene una posición dominante en el mercado de las redes sociales. Facebook e Instagram (que pertenecen a Meta) tienen cada una más de 250 millones de usuarios en la UE, más del doble que las otras grandes redes sociales como Twitter, TikTok y Snapchat. Debido a este dominio del mercado y a los efectos de red y de bloqueo (*network and lock-in effects*) inherentes a las redes sociales, las personas consumidoras no tienen alternativas. Los consumidores que utilizan Facebook e Instagram y que no quieren ser rastreados ni pueden o quieren pagar 311 euros al año, simplemente no pueden cambiarse a otro proveedor de red social porque no encontrarán allí su red de amigos y familiares.

Es fundamental que cualquier consentimiento proporcionado por los consumidores sea válido y cumpla con los altos estándares establecidos por la ley, que exige que dicho consentimiento sea libre, específico, informado e inequívoco. Este no es el caso del modelo de "pagar o consentir" de Meta.

Nuestra petición: Meta debe operar de acuerdo con las leyes europeas

Meta debe evitar cualquier procesamiento ilegal de datos personales de los consumidores, incluso con fines publicitarios. Cualquier dato personal recopilado ilegalmente debería eliminarse.

Además, si Meta desea utilizar el consentimiento de los consumidores como base legal para su procesamiento de datos, debe asegurarse de que el consentimiento se otorgue libremente, sea específico, informado e inequívoco, como exige la ley.

Análisis jurídico: Meta estaría infringiendo los principios fundamentales del RGPD

Un análisis jurídico realizado por el BEUC y sus miembros¹, junto con el bufete de abogados especializado en protección de AWO², concluye que el procesamiento de datos personales de los consumidores que realiza Meta infringe el RGPD de varias maneras:

- El referido procesamiento de datos personales con fines publicitarios carece de una base legal válida porque se basa en un consentimiento que no ha sido recopilado válidamente a los efectos del RGPD;
- Parte del procesamiento de Meta con fines publicitarios parece basarse inválidamente en un contrato;
- Meta no puede dar cuenta de la legalidad de su procesamiento para la personalización de contenido, ya que no está claro (y no hay forma de verificarlo) que toda la elaboración de perfiles que lleva a cabo para ese propósito sea: (a) necesaria para el contrato correspondiente y (b) consistente con el principio de minimización de datos;
- No está claro (y no hay manera de verificarlo) que todos los perfiles que realiza Meta con fines publicitarios sean necesarios para ese fin y, por lo tanto, sean consistentes con el principio de minimización de datos;
- El procesamiento de Meta en general no es consistente con los principios de transparencia y limitación de finalidad; y
- La falta de transparencia, el procesamiento inesperado, el uso de su posición dominante para forzar el consentimiento y el cambio de bases legales, de manera que frustren el ejercicio de los derechos de los interesados por parte de Meta, no son consistentes con el principio de equidad.

¹ 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 Directiva 95/46/CE (Reglamento General de Protección de Datos).

² Amnistía Internacional, 2019, Gigantes de la vigilancia: cómo el modelo de negocio de Google y Facebook amenaza los derechos humanos, <https://www.amnesty.org/en/documents/pol30/1404/2019/en/>.

³ Comisión de Protección de Datos, 31 de diciembre de 2022, Decisión final: Meta Platforms Ireland Limited (servicio Facebook), <https://www.dataprotection.ie/sites/default/files/uploads/2023->

[04/Meta%20FINAL%20DECISION%20%28ADOPTED%29%2031-12-22%20-%20IN-18-5-5%20%28Redactado%29.pdf](#);

Comisión de Protección de Datos, 31 de diciembre de 2022, Decisión final: Meta Platforms Ireland Limited (servicio de Instagram), <https://www.dataprotection.ie/sites/default/files/uploads/2023-04/Meta%20FINAL%20Decision%20%28ADOPTED%29%20-%20IN-18-5-7%20-%2031-12-22%20%28Redactado%29.pdf>;

Sentencia del Tribunal de Justicia (Gran Sala) de 4 de julio de 2023, Meta Platforms Inc y otros contra Bundeskartellamt, petición de decisión prejudicial planteada por el Oberlandesgericht Düsseldorf, asunto C-252/21, párr.

117, <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=275125&pageIndex=0&doclang=EN&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=3214329>.

⁴ La tarifa mensual por una cuenta es de 12,99 € cuando se suscribe a través de la versión móvil de Facebook/Instagram, o de 9,99 € cuando se suscribe a través de la versión de escritorio. Cada cuenta adicional cuesta 8 € o 6 € respectivamente, pero sólo si el consumidor vincula estas cuentas en el 'Centro de cuentas' de Meta, lo que implica un procesamiento adicional de datos personales en todos los servicios de Meta. Un consumidor que utiliza una cuenta de Facebook y una cuenta de Instagram en un dispositivo móvil y no desea que sus datos personales se combinen y utilicen en estas cuentas, debe pagar 25,98 € al mes o 311,76 € al año.

⁵ CECU, 2023, “CECU se suma a la denuncia europea contra Meta por el nuevo modelo injusto de “pagar o consentir””, <https://cecu.es/notas/cecu-se-suma-a-la-denuncia-europea-contra-meta-por-el-nuevo-modelo-injusto-de-pagar-o-consentir/>

⁶Para obtener una lista completa, consulte: <https://www.facebook.com/privacy/policy/>

⁷Amnistía Internacional, 2019, Gigantes de la vigilancia: cómo el modelo de negocio de Google y Facebook amenaza los derechos humanos, <https://www.amnesty.org/en/documents/pol30/1404/2019/en/>.

⁸Privacy International, 2018, Ejemplos de puntos de datos utilizados en la elaboración de perfiles, https://privacyinternational.org/sites/default/files/2018-04/puntos_de_datos_utilizados_en_track_0.pdf.

⁹Meta, 2023, Facebook e Instagram ofrecerán suscripción sin publicidad en Europa <https://about.fb.com/news/2023/10/facebook-and-instagram-to-offer-subscription-for-no-ads-in-europe/>.

¹⁰La red de Cooperación para la Protección del Consumidor (CPC) es la red de autoridades de consumidores de los Estados miembros.

¹¹CECU (España), dTest (República Checa), Forbrugerrådet Tænk (Dinamarca), Forbrukerrådet (Noruega), EKPIZO (Grecia), Spoločnosť ochrany spotrebiteľov (SOS) Poprad (Eslovaquia), UFC-Que Choisir (Francia) y Zveza Potrošnikov Slovenije – ZPS (Eslovenia) han presentado reclamaciones sobre el RGPD ante sus autoridades de protección de datos. Consumentenbond (Países Bajos) ha escrito a su autoridad nacional para alertarlas sobre las prácticas de Meta.

¹²iAWO! <https://www.awo.agency/>, en particular con la ayuda de Ravi Naik y Alex Lawrence-Archer.