

En 2009 la Unión Europea aprobó una nueva regulación sobre el uso de las *cookies* que establecía la obligación de solicitar el consentimiento informado de los usuarios previamente a la instalación de las mismas. Pese a que España traspuso la Directiva en 2012 muchos prestadores de servicios han mostrado dudas sobre cómo interpretar estos cambios. La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y la industria del sector han consensuado una guía para disiparlas y facilitar la adaptación.

L. M.

¿Qué son las 'cookies'?



Las *cookies* son ficheros que se descargan en ordenadores, en teléfonos móviles o en tabletas al acceder a determinadas páginas web y permiten, entre otras cosas, almacenar y recuperar información sobre los hábitos de navegación de un usuario o de su equipo. En función de la información que contengan y de la forma en que utilice su equipo

Las 'cookies' son ficheros que se descargan en ordenadores, teléfonos móviles o tabletas al acceder a determinadas páginas

podrían servir incluso para reconocer al usuario.

A través de ellas pueden almacenarse los datos de usuario y contraseña para acceder a diferentes servicios sin tener que escribirlos en cada nuevo acceso. También permiten que las páginas web ofrezcan información de acuerdo a los intereses de cada uno, o introducir mejoras en la navegación. Sin embargo,

Bruselas permite la utilización de cookies en los terminales de los destinatarios siempre que estos hayan dado su consentimiento.

pueden plantear riesgos para la privacidad, no sólo porque se descargan en los terminales para almacenar y recuperar datos, sino también porque permiten elaborar perfiles de navegación mediante los cuales se puede remitir publicidad basada en el comportamiento.

Del 'opt out' al 'opt in'. La antigua regulación sobre cookies se regía por el modelo *opt out*, que implica la instalación de las mismas por defecto y se ofrece al usuario la posibilidad de rechazarlas. Pero el uso cada vez más intensivo de estas tecnologías y el continuo desarrollo de sus opciones de seguimiento de los usuarios en la red, llevó a Bruselas a cambiar este modelo en 2009 por otro denominado *opt in*, que permite la utilización de cookies en los terminales de los destinatarios siempre que estos hayan dado su consentimiento después de que se les haya facilitado información clara y completa sobre su utilización.

Pese a que la Directiva 2009/136/CE marcaba hasta mayo de 2011 como plazo máximo de trasposición, en nuestro país no se hizo hasta marzo de 2012, con la aprobación del Real Decreto-Ley 13/2012, que entre otras cosas regulaba la forma en que los prestadores de servicios debían usar las cookies y modificaba el artículo 22 de la Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI).

Información y consentimiento. El apartado segundo del artículo 22 de la LSSI establece que se debe facilitar a los usuarios información clara y completa sobre la utilización de los dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos y, en particular, sobre los fines del tratamiento de los datos, con arreglo a lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal. Por extensión, la información sobre las cookies facilitada en el momento de



solicitar el consentimiento debe ser suficientemente completa para permitir a los usuarios entender la finalidad para las que se instalaron y conocer los usos que se les darán.

Para instalar y utilizar cookies es necesario obtener el consentimiento del usuario. Éste puede obtenerse tanto mediante fórmulas expresas, como haciendo clic en un apartado que indique "consiento", "acepto", o infiriéndolo de una determinada acción realizada por el usuario. Para que sea válido, tiene que haber sido otorgado de forma informada.

Permiten almacenar y recuperar información sobre los hábitos de navegación de un usuario o de su equipo

Sin embargo, existen cookies que quedan exceptuadas del cumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 22.2 de la LSSI. En concreto, el Grupo de Trabajo del Artículo 29 en su Dictamen 4/2012 ha señalado que quedarían exceptuadas cuando se utilizan sólo con el fin de efectuar la transmisión de una comunicación, o en la medida que resulte estrictamente necesario para la prestación de un servicio expresamente solicitado por el destinatario, como son las de entrada del usuario, las cookies de autenticación o identificación o de seguridad, entre otras.

Dudas interpretativas. Los expertos coinciden en que se trata de un tema técnico y jurídicamente complejo. El director de asuntos jurídicos de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital), Iñaki Uriarte, considera que "el motivo esencial es que el texto legal es extremadamente parco y dejaba

abiertas numerosas cuestiones que era necesario establecer previamente a la puesta en marcha, dado que tampoco estaba previsto la elaboración de un reglamento que desarrollase la Ley”.

Para la directora jurídica y de relaciones institucionales de IAB Spain, Paula Ortiz, esta confusión tiene su origen en la interpretación muy estricta que dio de la Directiva el Grupo de Trabajo del Artículo 29 de protección de datos, consultivo de la Comisión Europea. “Después se vio que, a la hora de aplicar esta norma a la realidad de cada Estado miembro, había mucho más margen de interpretación y de maniobra”, señala Ortiz.

Ante esta situación la AEPD decidió consensuar un texto con la industria del sector. Tras más de un año de trabajo en conjunto, el 29 de abril, la Agencia Española y las asociaciones Adigital, Autocontrol e IAB Spain presentaron la *Guía sobre el uso de las cookies*, que recoge las orientaciones, garantías y obligaciones que la industria se compromete a difundir y aplicar para adaptar la instalación de este tipo de archivos a la legislación vigente, la primera guía en Europa elaborada conjuntamente por la autoridad de protección de datos y los representantes de la industria.

Durante la presentación de la guía, el director de la AEPD, José Luis Rodríguez Álvarez, señaló que “se establecen reglas claras para garantizar que los usuarios puedan decidir si consienten o no la instalación de cookies en sus terminales, contando con una información clara y completa sobre qué datos se recopilan, quiénes los van a tratar y a qué fines se destinan. Al mismo tiempo, se proporcionan a las empresas y a los responsables de páginas web en general unas directrices y orientaciones prácticas que les facilitará el cumplimiento de las obligaciones legales con mayor seguridad jurídica y el grado de flexibilidad necesario

Las cookies pueden plantear riesgos para la privacidad porque permiten elaborar perfiles de navegación mediante los cuales se puede remitir publicidad

Tipos de cookies

Atendiendo a quién las gestiona, hay cookies propias –cuando se envían al ordenador del usuario desde un dominio gestionado por el editor que presta el servicio solicitado por el mismo– o de terceros, es decir, otra entidad que trata los datos obtenidos a través de las cookies. Según el tiempo que están activas, hay cookies de sesión –que recaban y almacenan datos mientras el usuario accede a una página web– y hay cookies persistentes, donde los datos se almacenan y puede accederse a ellos y tratarlos por un periodo de tiempo definido que puede ir de minutos a años.

En función de la finalidad las hay técnicas, que permiten al usuario navegar a través de una página web, plataforma o aplicación y utilizar sus opciones y servicios. También las hay de personalización, que hacen posible acceder al servicio con características generales predefinidas conforme a unos criterios en el terminal del usuario, como puede ser el idioma o el tipo de navegador desde el que se accede. Gracias a las cookies analíticas los responsables de las mismas pueden hacer un seguimiento y estudio del comportamiento de los usuarios de los sitios web a los que están vinculadas.

Las cookies publicitarias permiten la gestión de los espacios que el editor haya incluido en una página web como tal, teniendo en cuenta unos criterios, como la frecuencia con la que se muestran los anuncios o el contenido editado. Finalmente, las de publicidad comportamental almacenan información del comportamiento de los usuarios obtenida a través de la observación continuada de sus hábitos de navegación, lo que permite desarrollar un perfil específico para mostrar publicidad en función del mismo.

para posibilitar el desarrollo de la economía digital”.

Posteriormente, la industria también ha ido desarrollando sus propias herramientas de ayuda. La sociedad Autocontrol dispone de un servicio de verificación de cookies para ayudar a las empresas a adecuarse a estas nuevas exigencias legales en relación con la instalación y utilización de las cookies en equipos terminales de los usuarios, mientras que IAB Spain ha desarrollado una página web específica para ayudar a la adaptación.

En todo caso, son cientos de miles los proveedores de servicios o editores de páginas web que deben adaptarse a la nueva regulación. “Deben hacerlo todos aquellos editores o prestadores de servicios que sean responsables de páginas web, aplicaciones o plataformas desde los que se instalen cookies o cualesquiera otros mecanismos de almacenamiento y recuperación de datos de navegación”, sostiene el director general de Autocontrol, José Domingo Gómez Castallo.

Con la nueva regulación en vigor desde hace tiempo, y con estos nuevos criterios interpretativos consensuados entre la industria y la AEPD, comienzan a crecer los avisos en páginas web que operan en España informando sobre el uso de cookies y solicitando el consentimiento. Los expertos consultados hablan de adaptación progresiva. Para la responsable jurídica de IAB Spain, hay que tener en cuenta que “el ecosistema digital es complejo y hay muchas realidades”, que van desde grandes medios hasta páginas web de pymes que utilizan únicamente cookies de analítica web, para los que también hay que pedir ese consentimiento informado.

Cabe esperar que los cambios normativos consigan mantener un equilibrio entre la privacidad de los usuarios y el negocio publicitario. Para Gómez Castallo este equilibrio es una aspiración irrenunciable. ●