



## GUÍA LEGAL

Cómo se deben  
usar las 'cookies'  
en las webs



► 12 Noviembre, 2019

GUÍA LEGAL | PROTECCIÓN DE DATOS

# Cómo utilizar las 'cookies' en Internet sin saltarse la ley

Un documento elaborado por la Agencia Española de Protección de Datos busca orientar y mostrar cómo la industria publicitaria debe cumplir las obligaciones impuestas por la normativa sin perder capacidad de crecimiento.

V. Moreno, Madrid

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) acaba de hacer pública la *Guía sobre el uso de cookies* para ofrecer directrices y soluciones que ayudan a cumplir lo especificado en el artículo 22.2 de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI), en directa conexión con lo que aparece dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

Esta actualización, que se ha realizado con la colaboración activa de Autocontrol, IAB Spain, Adigital y la Asociación Española de Anunciantes (AEA), pretende poner al día un documento cuya última versión era de 2013 y que dejaba fuera muchas de las obligaciones implantadas desde el inicio oficial de la aplicación del RGPD, el pasado 25 de mayo de 2018.

La guía, que únicamente tiene carácter orientativo, no pretende plantar a través de los siguientes consejos una base que garantice el cumplimiento de la ley.

## Transparencia

Las obligaciones legales impuestas por la normativa son dos: la de transparencia y la de obtención del consentimiento. Según explica la AEPD, 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. Por esta razón, la información sobre las *cookies* facilitada en el momento de solicitar el consentimiento debe ser suficientemente completa para permitir a los usuarios entender sus finalidades y el uso que se les dará.

En la política de *cookies*, deberá incluirse la definición y función genérica de las *cookies*; información sobre cuáles se utilizan y su finalidad; identificación de quién las utiliza; información sobre la forma de aceptarlas, denegarlas, revocar el consentimiento o eli-



Este documento es el primero en Europa sobre esta materia elaborado conjuntamente por la autoridad de protección de datos y los representantes de la industria.

minarlas; el periodo de conservación de los datos para los diferentes fines que se recogen; y, en su caso, aportar información sobre las transferencias de datos a terceros países realizadas por el editor.

## Requisitos

Según señala en su texto la autoridad de protección de datos, entre los requisitos de transparencia merece la pena destacar las siguientes normas: la comunicación debe

## La comunicación sobre el uso de 'cookies' tiene que ser concisa, inteligible y transparente

ser concisa, transparente e inteligible; se debe utilizar un lenguaje claro y sencillo, evitando el uso de frases que induzcan a confusión; por último, la información debe ser de fácil acceso.

## El consentimiento de tratamiento no debería tener una duración superior a los 24 meses

### Información por capas

En sus directrices sobre transparencia, destaca el documento, el Grupo de Trabajo del Artículo 29 (GT29) recomienda el uso de avisos de

privacidad por niveles, que contengan la información en capas, para permitir al usuario ir a los aspectos que sean de mayor interés para él, evitando así la fatiga informativa, sin que esto signifique que no aparezca toda la información, que debe estar disponible en un único lugar.

La *Guía sobre el uso de cookies* señala en este punto que la primera capa de información siempre deberá identificar al editor responsable del sitio web, determinar las fina-

lidades para las que se utilizarán las *cookies*, así como aportar datos sobre si éstas son propias o también de terceros asociados a él, entre otros asuntos.

Según ha apuntado la directora de la autoridad de protección de datos nacional, Mar España, en el panel informativo se podrán implantar dos botones, uno para aceptar todas las *cookies* y otro para rechazarlas en bloque. Esta posibilidad servirá para facilitar la navegación del usuario, que así no deberá marcar una por una las *cookies* que acepta o rechaza.

## Consentimiento

Las modalidades de prestación del consentimiento pueden ser variadas. La determinación de qué método será apropiado para obtener el consentimiento para usar *cookies* dependerá del tipo que se vayan a utilizar, de su finalidad y de si son propias o de terceros.

La Agencia Española de Protección de Datos destaca los siguientes mecanismos para obtener el consentimiento: al solicitar el alta en un servicio; durante el proceso de configuración del funcionamiento de la página web o aplicación; a través de plataformas de gestión del consentimiento; antes del momento en que se vaya a descargar un servicio o aplicación ofrecido, por ejemplo, en la página web; mediante el formato de información por capas o a través de la configuración del navegador.

## Actualización

En el apartado sobre la actualización del consentimiento del documento, se destaca como buena práctica que la validez del mismo para el uso de una determinada *cookie* no tenga una duración superior a los 24 meses y que, durante este mismo periodo, se conserve la selección realizada por el usuario sobre sus preferencias, sin que se le solicite un nuevo consentimiento cada vez que visite la página en cuestión.

## Fórmulas de equilibrio y nuevos estándares

El conjunto de asociaciones que han elaborado la *Guía sobre el uso de 'cookies'* junto a la Agencia Española de Protección de Datos se han felicitado por la iniciativa, asegurando que era esencial contar con este texto para que el sector de la publicidad contara con unas líneas directrices claras. Según José Domingo Gómez Castallo, director general de Autocontrol, para la industria "esta guía es una herramienta esencial y pronto se convertirá en un estándar". Para el directivo, las *'cookies'* son

buenas para las empresas y para los usuarios y era esencial encontrar "fórmulas equilibradas ante una situación compleja" y así poder cumplir la normativa vigente. "La publicidad se está transformando y tratamos de acompañar a nuestros socios en la transición del offline al online. La guía aporta soluciones para que la industria siga usando las *'cookies'* y cumpla el Reglamento General de Protección de Datos". En la misma línea se mueve Reyes Justribó, directora general de IAB Spain, que

afirma que el documento "ayuda al sector a seguir evolucionando a la vez que cumple la normativa; estamos en un entorno cambiante y no siempre es fácil hacerlo. Esta guía marca un hito y facilita mucho nuestra labor". José Luis Zimmermann, director general de Adigital, concluye afirmando que esta guía era necesaria, puesto que "no sólo será útil para la industria publicitaria, sino también para el conjunto de empresas que tengan un negocio en la Red".