

*

FACEBOOK RASTREA Y LOCALIZA A TODO EL MUNDO: DE ESTA MANERA

Arnold Roosendaal *

Resumen

Numerosos sitios *web* han puesto en marcha el botón de Facebook "Me Gusta" -Like- pora que los miembros de Facebook compartan sus intereses, y con ello la promoción de otros sitios *web* o artículos de prensa. Es, por tanto, una herramienta de trabajo importante para los proveedores de contenido. Sin embargo, este artículo demuestra que la herramienta también es utilizada para colocar *cookies* (galletas) en el ordenador del usuario, sin importar si él usuario realmente utiliza el botón cuando visita un sitio *web* o no. Como modelo de negocio alternativo esto permite Facebook rastrear y localizar a los usuarios para procesar sus datos. Parece que los que no son miembros de Facebook también pueden ser rastreados a través del mencionado botón igualmente. Esto significa que los tentáculos de Facebook van mucho más allá de su propia plataforma y sus miembros. Debido a la extensa cobertura de la red con los botones "Me Gusta", Facebook tiene una posible conexión con todos los usuarios de la *web*. Toda actividad en la *Web* pueden ser vinculadas a cuentas individuales de usuarios de Facebook, o a un conjunto de datos por separado, para las personas que no son (todavía) miembros de Facebook. La recogida de datos ocultos en el comportamiento de navegación y la creación de conjuntos de datos individuales tiene implicaciones para la privacidad de los individuos. Este artículo aborda los problemas de privacidad derivados de la utilización de *cookies* por terceras partes, de la conectividad de la actividad en la *Web* y los dispositivos, mediante el proceso técnico detrás del botón "Me Gusta" Facebook como ejemplo.

Nota: Este documento es un trabajo en progreso. La versión final aparecerá más adelante.

1. Introducción

El uso de *cookies* y las *cookies* de terceros para reconocer y realizar un seguimiento y localización de los usuarios de la *web* no es un concepto nuevo. Por lo general, las *cookies* se colocan en el navegador *web* del usuario sin ningún tipo de visibilidad. Para permitir a terceros colocar sus *cookies*, ellos tienen que ser autorizados a colocar contenido en un sitio *web*. El contenido se solicita desde el servidor *web* del tercero y se entrega junto con una *cookie*. Cuando un sitio es visitado de nuevo, la *cookie* se envía

* Candidate a Doctor e Investigador, Tilburg Institute for Law, Technology, and Society (TILT) Tilburg University, The Netherlands.

junto a la solicitud de contenido. Esto permite a los proveedores de contenido "recordar" las preferencias de los usuarios de la *web*, tales como opciones de idioma o la historia de compras, y para proporcionar el contenido de la *web* de acuerdo con estas preferencias.

El seguimiento y ubicación de usuarios a través de la *web* es una herramienta valiosa para fines de perfilado. Sobre la base de intereses revelados por los usuarios de la *web*, ellos pueden ser objeto de publicidad personalizada. Las empresas que obtienen sus ingresos por publicidad dirigida tienen un interés enorme en el uso de estas técnicas. Por tanto, no es sorprendente la manera en que estas técnicas sean explotadas cada vez más y más sofisticadamente. La sofisticación también puede estar en la presentación. Por ejemplo, Facebook ofrece a los proveedores de contenido colocar un botón "Me Gusta" en su sitio *web*. Este mencionado botón es una herramienta que permite a los miembros de Facebook indicar que les gusta un sitio *web* determinado o un elemento en aquel sitio *web*. Al hacer clic en el botón, un enlace con el elemento se colocó en su página de perfil en Facebook. Además, el número de visitantes a los que "le gusta" algo está indicado junto al botón. Para los proveedores de contenido, el botón "Me Gusta", puede por tanto, funcionar como una herramienta de trabajo importante. Los visitantes contribuyen a atraer más visitantes a un determinado sitio *web*. Esto hace que sea una herramienta valiosa para los proveedores de contenido, que también es reflejado en el rápido aumento en la cobertura en la *web* del botón "Me Gusta". Sin embargo, a pesar de presentarse como una opción interesante para los proveedores de contenido, el botón también se utiliza igualmente para colocar *cookies*, para rastrear y localizar a los usuarios de la *web*, independientemente de que realmente utilicen el botón o no. El comportamiento de navegación de las personas pueden conectarse a su cuenta de Facebook. Cuando un usuario no tiene cuenta de Facebook, un conjunto independiente de datos sobre su comportamiento de navegación individual puede ser creado. Cuando un usuario crea una cuenta más tarde, los datos se pueden conectar a su página de perfil recientemente creada.

En este artículo, en primer lugar daremos una breve introducción al botón "Me Gusta" de Facebook (sección 2). Luego, en la sección 3 cubriremos el proceso técnico de la colocación y sustitución de las *cookies* con la ayuda del mencionado botón será descrita, así como la forma como facilita la creación de perfiles. Posteriormente, se discutirá la forma en que esta práctica afecta la privacidad de los individuos (sección 4) y, por último, se elaborará una conclusión (sección 5).

2. El botón "Me Gusta" de Facebook

El botón "Me Gusta" de Facebook es una imagen que muestra un símbolo pulgar hacia arriba acompañado de la palabra "Me Gusta". Según Facebook, el botón "Me Gusta" permite al usuario compartir su contenido con sus amigos en Facebook. Cuando el usuario hace clic en el botón "Me Gusta" en su sitio *web*, una historia aparece en los amigos del usuario *Feeds* de Noticias con un enlace a su sitio *web*.¹ Cualquier persona puede poner en práctica el botón en su página *web*, simplemente añadiendo el código que está disponible de forma gratuita. El botón puede, por tanto, ser utilizado por los proveedores de contenidos para hacer que los usuarios *web* promuevan contenidos, así como para crear enlaces en sus páginas de perfil en Facebook. Al hacer clic en el botón "Me Gusta", un campo de autenticación se abre en una ventana emergente para iniciar sesión en Facebook. El inicio de una sesión resulta en la creación de un enlace en su página de perfil de Facebook. Cuando un usuario ya está conectado a Facebook la creación tiene lugar inmediatamente.

En abril de 2010, en su "f8" conferencia, Facebook anunció la Personalización Instantánea y Social

1 Los desarrolladores de Facebook, "El Botón "Me Gusta"" (2010), disponible en <http://developers.facebook.com/docs/reference/plugins/like> (consultado el 26 Nov 10).

Plug-ins, dos servicios que permiten a sus socios aprovechar el gráfico social - la información sobre sus relaciones en el sitio que el usuario pone a disposición del sistema - y proporcionar una canal para el intercambio de información entre Facebook y terceros. Por ejemplo, los sitios *web* podrían implementar un botón "Me Gusta" en sus propias páginas que permite a los usuarios compartir el contenido de ese sitio con las conexiones del usuario en Facebook.² El valor de implementar el botón "Me Gusta" en un sitio *web* se hace evidente en las estadísticas. Los sitios que agregan "plug-ins sociales" de Facebook, de los cuales el botón "Me Gusta" es uno de ellos y el que se recomienda para empezar, informaron de aumentos en el tráfico de más del 200% e incluso más. Además, el tiempo empleado y el número de artículos leídos en los sitios *web* con los botones "Me Gusta" también se incrementó en más del 80% .³ El botón representa el 12,9% de la distribución de *widgets* de terceros.⁴ También parece que en unos meses el uso de social plug-ins ha llegado a millones de sitios.⁵ La tasa de penetración de el botón "Me Gusta" en los 10,000 sitios *web* cumbre ha alcanzado más del 4% en los primeros seis meses después de su introducción⁶, y es probable que su tasa de penetración seguirá creciendo de manera exponencial.

Mientras que el botón "Me Gusta" puede ayudar a los proveedores de contenido a generar tráfico para sus sitios *web*, también es una herramienta para los miembros de Facebook añadan información sobre sus intereses a su página de perfil personal. Por lo que esto, se ajusta perfectamente en la tendencia actual de los sitios de las redes sociales como Facebook compartan información personal. Obviamente, compartir artículos de la *web* es una herramienta muy útil, pues permite la conexión directa sin tener que copiar y pegar direcciones URL completa y el contenido se compone de una forma legible de forma automática.

3. Las *cookies*, el reconocimiento y la identificación

Como se ha indicado, hay numerosas terceras partes que entregan el contenido de sitios *web* y ponen *cookies* en esos lugares. Por lo general, la función de estos terceros es proporcionar a los proveedores de sitio *web* con información sobre el número de visitantes y que elementos de una página *web* atrajeron la mayor atención. Los terceros, por lo tanto, también ofrecen un servicio para el proveedor de la página *web*. Estos servicios son proporcionados directamente por los terceros lo que también implica que tienen que recibir la información de los visitantes directamente. Esto se facilita de forma automática, por que una parte del contenido se entrega desde los servidores de las terceras partes y que puede ser enviado junto con la *cookie*. Un usuario de la *web* usualmente no suele estar consciente de ello. Él escribe la dirección URL de la página *web* que quiere visitar y la página se carga. Esa carga de la página implica numerosas peticiones HTTP para el contenido de los servidores de los sitios *web* visitados y los servidores de los terceros, a menudo varias terceras partes es un proceso que se lleva a cabo entre bastidores. Más popularmente dicho: ¡es aquí donde sucede el truco!

2 D Boyd and E Hargittai, "Configuración de privacidad de Facebook: ¿A quién le importa?" (2010) 15 First Monday 8.

3 Facebook los medios de comunicación, "El Valor de un Liker" (2010) disponible en: <http://www.facebook.com/notes/facebook-media/value-of-a-liker/150630338305797> (consultado el 26 Nov 10).

4 Construido Con Facebook, " Estadísticas del Uso del botón "Me Gusta" de Facebook" (2010), disponible en <http://trends.builtwith.com/widgets/Facebook-Like> (consultado el 26 de noviembre 10).

5 J Constine, "Facebook dice" Likers "Haga clic en Enlaces a sitios web externos 5,4 veces más" (2010), disponible en <http://www.insidefacebook.com/2010/09/29/facebook-stats-likers/> (consultado el 26 de noviembre 10).

6 Construido Con Facebook, " Estadísticas del Uso del botón "Me Gusta" de Facebook" (2010), disponible en <http://trends.builtwith.com/widgets/Facebook-Like> (consultado el 26 de noviembre 10).

Una *cookie* se coloca en la computadora de los usuarios del *web* a través de su navegador. Sólo el servidor desde donde se envió la *cookie* tiene acceso a la *cookie*, por lo que cada *cookie* se conecta a un servidor *web* único. No es el caso de que el proveedor de un sitio *web* tenga acceso a todas las *cookies* colocados por terceros a través de su página *web*. Una vez que una *cookie* está disponible en el ordenador del usuario, esta se enviará junto con la solicitud HTTP en cada solicitud posterior por contenido desde el servidor que instaló la *cookie*. La petición HTTP incluye también datos sobre el remitente, que es el sitio en el que su contenido será mostrado. Dado que los datos referentes son siempre incluido, los terceros pueden seguir exactamente los sitios que un usuario ha visitado y cuándo. El contenido es necesario cuando se carga la página, así que para ser seguido o localizado, es irrelevante si un usuario hace clic en realidad en un fragmento de contenido o no.

Ahora veamos el botón "Me Gusta" de Facebook. Esta es también una pieza de contenido de terceros. No es que el proveedor de la página *web* directamente coloca una imagen de este botón en su página *web*. De hecho, el botón es un pedazo de código HTML que incluye la solicitud al servidor de Facebook para poner la imagen cuando la página *web* se carga. Esto implica que el botón se puede utilizar para configurar las *cookies* de terceros o para reconocer también. Unos pocos escenarios diferentes se pueden distinguir. Los escenarios han sido probados en un experimento práctico en Techcrunch.com, CNN.com, y Gizmodo.com.

3.1 El usuario *web* que tiene una cuenta en Facebook

La primera opción es un escenario en el que el usuario de la *web* tiene una cuenta de Facebook. Cuando se crea la cuenta, Facebook emite una *cookie* que contiene un identificador de usuario único. Esta *cookie* facilita la visualización del nombre del usuario en el campo de entrada en visitas recurrentes. Al acceder a Facebook desde otro dispositivo, una *cookie* temporal se expide, que es sustituida por una *cookie* con el mismo ID después de acceder a la cuenta. De esta manera, los diferentes dispositivos se pueden conectar a una misma cuenta, y así a un usuario único, mediante el uso de un *cookie* de la misma identificación. Cada vez que el usuario quiere visitar el sitio *web* de Facebook, la *cookie* es enviada junto con la solicitud HTTP a el sitio *web* de Facebook. Como resultado, Facebook ya sabe quién quiere iniciar una sesión antes de la entrada real haya tenido lugar.

Sin embargo, la *cookie* no sólo se envía a los servidores de Facebook cuando un miembro quiere iniciar la sesión, sino en cada ocasión donde el contenido, como el botón "Me Gusta" tenga que ser suministrado por los servidores de Facebook (fig. 1). Por lo tanto, cada vez que un sitio *web* que incluye el botón "Me Gusta" es visitado Facebook recibe la información sobre el usuario, incluyendo su identificación única, a través de la *cookie*. Cuando el usuario hace click en el botón, tiene que proporcionar sus datos de inicio de sesión en Facebook y un mensaje sobre el "Me Gusta" es publicado en su página de perfil.

Puesto que los datos sobre el usuario son enviados a Facebook, independientemente de si el botón "Me Gusta" es hecho clic o no, los usuarios a menudo no son conscientes de este hecho. Sin embargo, la *cookie* contiene el identificador de usuario único y con ello facilita la información sobre su comportamiento de navegación sea conectado a su cuenta. A pesar de que el usuario no está involucrado, Facebook puede recoger muchos más datos individuales a continuación, que los datos disponibles en la página de perfil solamente.

```
GET /plugins/like.php?href=http%3A%2F%2Fwww.facebook.com
%2FGizmodo&layout=button_count&show_faces=false&width=200&action=like&colorscheme=light
&height=21 HTTP/1.1
```

Host: www.facebook.com
User-Agent: Mozilla/5.0 (Windows; U; Windows NT 5.1; en-GB; rv:1.9.2.10) Gecko/20100914
Firefox/3.6.10
Accept: text/html,application/xhtml+xml,application/xml;q=0.9,*/*;q=0.8
Accept-Language: en-gb,en;q=0.5
Accept-Encoding: gzip,deflate
Accept-Charset: ISO-8859-1,utf-8;q=0.7,*;q=0.7
Keep-Alive: 115
Connection: keep-alive
Referer: http://gizmodo.com/
Cookie: datr=yjPATCXPQuDBLU_J5ZfRsJpd; lu=TgbyaYN2Obo-F4fEBiQTGtwQ; locale=en_GB; x-referer=http%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fhome.php%23%2Fhome.php; cur_max_lag=20; c_user=100001XXXXXXXXXX; sct=1287731574; sid=0; xs=55dcbdf4719c2693d477d0c0dd83ab6
Cache-Control: max-age=0

Fig. 1: La solicitud HTTP GET para el botón "Me Gusta" en Gizmodo.com, incluyendo la *cookie* con el ID de usuario (anónimizado por el autor con XXXXX)

En este escenario, existe un vínculo entre el usuario de Internet y Facebook, porque hay una cuenta. Ahora, vamos a considerar un escenario en el que no existe ninguna relación.

3.2. El usuario de la *web* que no tiene una cuenta de Facebook

Cuando un usuario no tiene una cuenta en Facebook, no existe una *cookie* y ID de usuario disponible. En este caso, una visita a Techcrunch.com incluye una solicitud HTTP GET para el botón "Me Gusta". Sin embargo, cuando el botón es suministrado no existe *cookie* emitida. Por lo tanto, parece que el propio botón "Me Gusta" no se utiliza para emitir las *cookies*. Sin embargo, cuando un sitio es visitado, incluye Facebook Connect (por ejemplo Gizmodo.com) esta aplicación emite una *cookie* (fig. 2). A partir de ese momento, las visitas a otros sitios *web* que muestren el botón "Me Gusta" resulta en una petición del botón "Me Gusta" desde el servidor de Facebook incluyendo la *cookie*. Una parte importante del proceso depende de visitar un sitio que ha puesto en marcha Facebook Connect. La posibilidad de visitar un sitio de estos es considerable. A partir de un año de su lanzamiento en diciembre de 2008, Facebook Connect se ha utilizado en casi 1 millón de sitios *web*, y en marzo de 2009 más de 40 millones de visitantes únicos de Facebook Connect implementaciones se registraron.⁷ Aumenta el número de implementaciones de manera exponencial, lo que la probabilidad de pasar por un sitio *web* que lo implemente esta creciendo cada vez más grande y a un ritmo más rápido también.

Como se ha indicado, después de visitar un sitio *Web* en el que Facebook Connect se ha implementado, la solicitud del botón "Me Gusta" incluye una *cookie*. Esta *cookie* tiene una fecha de caducidad de dos años desde el momento en que se emitió. Sin embargo, al navegar a través de sitios *web*, *cookies* adicionales pueden ser colocadas en el ordenador del usuario y estas se pueden agregar más adelante en nuevas solicitudes. No todas las *cookies* se utilizan de esta manera. Por ejemplo, una *cookie* emitida a través de la entrada externa estado de *plug-in* no está incluido en solicitudes posteriores.

⁷ K Burbary, "Las Cinco razones Como Las Empresas Deben Integrar los Medios Sociales de Comunicación con Facebook Connect" (2009), disponible en <http://www.kenburbary.com/2009/08/five-reasons-companies-should-be-integrating-social-media-with-facebook-connect/> (consultado el 26 de noviembre 10).

Sobre la base de la *cookie*, el total comportamiento *web* de un usuario individual puede ser seguido. Cada sitio que incluye algún tipo de contenido de Facebook iniciará una interacción con los servidores de Facebook, revelando con ello la información sobre los sitio *web* visitados, junto con las *cookies*.

1. Set-Cookie: datr = ckviTDm3989eNbv6xMhAWle; expires = Wed, 15-Nov-2012 09:14:26 GMT; path = /; domain =. facebook.com

2. Set-Cookie: datr = ckviTC8tNJ-1ZKqCu_SrIga7; expires = Wed, 15-Nov-2012 09:14:26 GMT; path = /; domain =. facebook.com

Fig. 2. Una *cookie* emitida a través de estado de Facebook entrada externa (1) y uno a través de Facebook Connect (2) en Gizmodo.com.

3.3. El usuario de la *web* se convierte en un miembro de Facebook

Es posible que un usuario de la *web* ya tiene un conjunto personal de datos recogidos por Facebook, con base en el mecanismo descrito anteriormente. La pregunta es qué sucede cuando el usuario crea una cuenta de Facebook. En este caso, primero tiene que ir a la página principal de Facebook (la página de inicio de sesión). La *cookie* que el usuario tiene en su ordenador se envía a Facebook en la solicitud de la página *web* para ser cargada. El servidor responde y emite un *cookies* nuevas. Estas nuevas *cookies* son *cookies* temporales o *cookies* de sesión. Cuando la cuenta es creada, un número de identificación único es emitida y enviada en una *cookie*. La conexión entre esta *cookie* ID y la *cookie* vieja se hace entre bastidores por los servidores de Facebook. Esto significa que toda la información histórica de el usuario se puede conectar a la recién creada cuenta de Facebook. A partir de este momento, todas las solicitudes posteriores por contenido de Facebook van acompañadas de la *cookie* incluyendo el ID de usuario único.

Cuando todas las *cookies* se eliminan, el proceso comienza nuevamente desde el principio cuando Facebook Connect coloca una nueva *cookie* cuando un sitio que tenga Facebook Connect en su contenido es visitado. Sin embargo, desde el momento en que una persona accede a su cuenta de Facebook, o se conecta a esta cuenta haciendo clic en el botón "Me Gusta", y proporcionando su nombre de usuario y su contraseña, esta *cookie* se sustituye por una *cookie* que contiene el identificador de usuario único que pertenece a esa cuenta.

Las *cookies* son utilizadas para el reconocimiento. Los usuarios de la *Web* pueden ser reconocido cada vez que visitan un sitio con un fragmento de contenido de Facebook. Los miembros de Facebook son identificados como los titulares de cuentas individuales, porque la *cookie* incluye su número de identificación único de usuario. Cuando se utilizan diferentes dispositivos para acceder a Facebook, como una computadora en casa, un ordenador portátil y un teléfono inteligente, todos estos dispositivos se reconocen como pertenecientes a la misma persona. Por lo tanto, toda la interacción *web* desde estos diferentes dispositivos se conectan también. Las personas que no tienen una cuenta de Facebook son reconocidos como tales. Su comportamiento de navegación, sin embargo, no es relacionado con una cuenta de Facebook. Además, este reconocimiento es automatizado y separado por cada dispositivo individual. Dado que no existe identificador de usuario único en la *cookie* como resultado de una sesión en Facebook, los diferentes dispositivos no pueden conectarse únicamente sobre la base de las *cookies*. Sin embargo, los dispositivos individuales pueden ser muy confiables, a pesar de que puedan ser utilizado por personas diferentes. Cada vez más dispositivos, como ordenadores portátiles y teléfonos inteligentes, se vuelven personales y son generalmente utilizados por un solo individuo. Esto implica que la información recopilada sobre la base de las *cookies* y los resultados de la navegación de el

comportamiento de un perfil muy personal. Obviamente, Facebook puede usar esto para servir a sus miembros anuncios personalizados. Lo más probable, la información recogida sobre el comportamiento de navegación de los no miembros se puede utilizar para obtener una muestra más grande para el perfilado y fines de orientación.

El botón "Me Gusta" de Facebook no es el único botón que aparece con frecuencia en los sitios *web* para facilitar el intercambio o la promoción de contenidos. Otros ejemplos son el botón Tweet de Twitter, el botón de Digg, y el Buzz de Google. Hay, sin embargo, algunas diferencias. Como se describe anteriormente, Facebook Connect es el sistema que actualmente emite una *cookie* la primera vez. A partir de ese momento, la *cookie* es enviada junto con todas las peticiones de contenidos HTTP, así también cuando el botón "Me Gusta" tiene que ser cargado en una página. Por lo tanto, un sistema adicional se utiliza para iniciar el intercambio de *cookies*. Twitter, por ejemplo, no tiene ese sistema. El botón Tweet no siempre se envía una *cookie* cuando se solicita el botón de los servidores de Twitter. Esto sólo es el caso cuando alguien ha visitado la página principal de Twitter, a continuación, recibe una *cookie* que se utiliza en futuras interacciones con los servidores, de manera similar a la del botón "Me Gusta". No es necesario iniciar una sesión o incluso tener una cuenta en Twitter. Una diferencia (pequeña pero importante) con el botón "Me Gusta" es que por lo menos puede haber algún tipo de vínculo a Twitter, ya que el usuario de la *web* ha visitado este sitio *web*. En Facebook, esto no es necesario en absoluto. Esto implica que las personas que eligen no participar en Facebook son todavía un objeto seguimiento y localización de parte de Facebook. Cuando alguien no se conecta a Facebook, Facebook hace la conexión.

Otra diferencia importante es que Facebook puede conectar el comportamiento de navegación con cuentas del usuario. Estas cuentas son, por lo general, bastante ricas en lo que se relaciona a la información divulgada, pero la explotación del botón "Me Gusta" por Facebook hace que mucha más información se recopile sobre miembros individuales. A continuación esa información es divulgada en su página de perfil personal. Así, las personas que tienen una cuenta, pero no quieren revelar mayor información acerca de sí mismos, todavía son perfilados de manera más amplia. El comportamiento de navegación de los usuarios revela mucha información sobre sus intereses personales, y esta información también puede ser recogida por Facebook y conectado a su cuenta individual. Al final, la conciencia en la divulgación de información, ya sea por no participar en Facebook o en caso de divulgación muy limitada de información personal, no es suficiente para escapar de los tentáculos de Facebook.

4. Implicaciones de pérdida de privacidad

La forma en que Facebook utiliza el botón "Me Gusta" para recoger información sobre el comportamiento de navegación de las personas tiene claras implicaciones para la privacidad. Aunque es difícil dar una definición clara de privacidad, a pesar de que se han hecho varios intentos para describir el concepto⁸, algunos aspectos son ampliamente reconocidos como esenciales en este sentido. Los dos aspectos más destacados son la autodeterminación informativa y la integridad contextuales.⁹ Estos se reflejan en las normas sobre protección de datos personales por medio de requisitos tales como la

8 Por ejemplo D J Solove, "Conceptualización de Privacidad" (2002) 90 4 revisar la ley de California 1087; DJ Solove, "Una taxonomía de Privacidad" (2006) 154 de la Universidad de Pennsylvania revisión de la ley 3 y, WA padre, "La privacidad, la moral y la ley" (1983) 12 Filosofía y Asuntos Públicos de 4 269.

9 H Nissenbaum, ""La privacidad como la integridad del contexto" (2004) 79 Revista de Derecho de Washington 119.

minimización de los datos, la especificación de propósitos, el consentimiento informado del interesado, y los derechos de los interesados en su acceso. El objetivo de estos requisitos es limitar el acceso a los datos personales lo menos posible y proporcionar a las personas con algunos instrumentos para controlar el acceso y uso de sus datos personales. En relación con la autodeterminación informativa, el individuo debe ser capaz de decidir qué datos se dan a conocer a quién y con qué propósito. El aspecto de la integridad contextual significa que los datos tienen que ser tratados de acuerdo con las normas aplicables al contexto en el que los datos fueron revelados. Además, los datos no deben ser transferidos a otro contexto sin el consentimiento previo de la persona.

Ahora, al considerar la situación del botón "Me Gusta" de Facebook, estos requisitos básicos son violados. En primer lugar, la recolección de datos se lleva a cabo sin que los usuarios de la *web* sean conscientes de ello. Como resultado, no puede haber consentimiento para la recolección de datos. Posiblemente, los miembros de Facebook estén de acuerdo con esto, al aceptar los términos y condiciones al registrarse en este sitio de red social. Los no miembros, sin embargo, no pueden estar de acuerdo con estos términos y condiciones, y están sometidos a la recolección de datos por su mera utilización del *Internet*. En segundo lugar, los efectos exactos de la recolección de datos no son claros y sus límites no están definidos también. Cabe esperar que Facebook utilice esos datos para los anuncios orientados en su sitio *web*. Los datos de las personas que no son miembros pueden ser utilizados para tener una muestra más grande. Sin embargo, estas personas no pueden ser objeto de los estos anuncios, ya que no están visitando el sitio *web* de Facebook. Por último, los interesados no pueden utilizar sus derechos de acceso para revisar los datos y pedir la corrección o eliminación de éstos.

En el argumento expuesto anteriormente, los datos fueron considerados como datos personales en el sentido de la legislación de protección de datos. Para los datos pertenecientes a los miembros de Facebook esto fácilmente se puede defender. El número de identificación único de usuario que pertenece al perfil personal de sus miembros se incluye en la *cookie* y se envía a los servidores de Facebook en la solicitud HTTP.¹⁰ Incluso cuando Facebook diga no conectar los datos con el perfil individual, los datos tienen que ser considerados datos personales, ya que para determinar si un partido es capaz de vincular los datos a un individuo identificable, todos los medios disponibles para esa parte tienen que ser tomados en cuenta. Facebook tiene claramente los datos de usuario y números de identificación, por los que se pueden vincular los datos a un individuo identificable.

Para los datos pertenecientes a usuarios de la *web* que no tienen una cuenta de Facebook, el argumento es un poco más difícil. Sin embargo, un extenso conjunto de datos puede contener una gran cantidad de información que claramente indican quién es el individuo, o al menos crear una imagen detallada de las preferencias e intereses individuales. Como resultado, los conjuntos de datos se vuelven cada vez más personales y facilitan la individualización. Además, hay que tener en cuenta que los dispositivos se vuelven más y más personales. Con el creciente uso de ordenadores portátiles y de los teléfonos inteligentes, estos no son tan compartidos por diferentes usuarios como fue el caso hace un par de años atrás, cuando el ordenador personal estaba sirviendo a familias enteras. Cuando un usuario de la *web* más adelante decide crear una cuenta de Facebook los datos están vinculados a dicha cuenta y son sin duda los datos personales.

¹⁰ En contraste con lo argumentado por una portavoz de Facebook, quien dijo que la identificación se basa en la dirección IP y el navegador del usuario de la *web* (FUERA DE LA LEY Noticias, "NHS criticado por compartir datos de su sitio web con Facebook" (2010), disponible en <http://www.out-law.com/page-11576> (consultado el 26 de noviembre 10)). Sin embargo, como puede verse en la figura. 1, la identificación se incluye. Simplemente no es que la *cookie* original de usuario-ID es enviada en forma conjunta.

Una preocupación más importante es el proceso detrás de el botón "Me Gusta" y la forma en que se presenta el botón. Si bien se ofrece como una herramienta para los propietarios de sitios *web* para implementar características sociales y con ello atraer a más visitantes, hay un gran interés en Facebook por implementar el botón en tantos sitios como sea posible. Si el botón se utiliza realmente por sus miembros es de menor importancia, para los primeros (propietarios de sitios *web*) porque los datos sobre el comportamiento de navegación se comunican a Facebook todos modos. Sin embargo, la preocupación más importante es que los usuarios de la *web* son de alguna manera inducidos al error. Debido a la forma en que el botón se presenta, los usuarios *web*, sólo esperan tener los datos transferidos al usar el botón. Que estos datos se transfieran incluso cuando no se haga clic sobre el botón es difícil de imaginar para el usuario ordinario de la *web*. Además, los usuarios *web* que no tienen ninguna conexión con Facebook, de ninguna manera esperan a que sus datos transferidos a este sitio de red social. Como resultado, las personas que eligen no participar en el sitio de red social aún están conectados a este sitio *web*.

5. Conclusión

En este artículo, el botón "Me Gusta" de Facebook se discutió como un ejemplo de una *cookie* de terceros que se aprovecha de una manera subrepticia. El botón se presenta, como una herramienta de trabajo valiosa para los titulares del sitio *web* y proveedores de contenido. Sin embargo, el botón es utilizado para recopilar datos detallados sobre el comportamiento de navegación de los internautas individuales, sin su conocimiento ni autorización. Estos datos se conectan a la página de perfil de Facebook o son recolectados como extra datos. Al utilizar *cookies* y los números de identificación únicos, Facebook tiene una posible relación con cada usuario de la *web* y hacer un seguimiento y rastrear su comportamiento individual. Esta práctica plantea problemas de privacidad y conflictos con la autodeterminación informativa de los internautas individuales. Facebook Rastrea y Localiza a Todo el Mundo: De Esta Manera.