

Las autoridades europeas de consumo se unen a los requerimientos contra Meta por su modelo “pagar o consentir”

La Consumer Protection Cooperation Network (Red de Cooperación para la Protección de los Consumidores) de la Comisión Europea está coordinando una acción a partir de la iniciativa de la Dirección General francesa de Competencia, Consumo y Represión del Fraude contra el modelo de "pagar o consentir" lanzado por Meta en 2023, según el cual los ciudadanos se veían obligados a abonar una cuota por el uso de Facebook e Instagram o consentir a cambio del acceso gratuito a estas redes la recepción de comunicaciones comerciales personalizadas.

Las autoridades de protección de los consumidores coordinadas por la CPC han evaluado si esta acción de Meta podía considerarse engañosa o agresiva de acuerdo con la Directiva de Prácticas Comerciales Desleales (UCPD). También se habrían producido incumplimientos a la luz de la Directiva sobre Cláusulas Contractuales Desleales (UCTD)

La CPC se refiere a aspectos como los siguientes:

- Utilización engañosa del término "gratis" para referirse a la opción con publicidad, cuando en realidad los usuarios pagan permitiendo el uso de sus datos personales y Meta se lucra con su utilización para poder mostrarles anuncios personalizados abonados por los anunciantes.
- Confundir a los usuarios a la hora de recabar información suficiente y veraz para adoptar decisiones informadas, obligándoles a navegar por diferentes pantallas en la aplicación de Facebook/Instagram o en la versión web y a pinchar en diferentes hipervínculos que les dirigen a diferentes partes de las Condiciones del servicio o de la Política de privacidad, si quieren averiguar cómo Meta utilizará sus preferencias, datos personales y datos generados por el usuario para mostrarles anuncios personalizados.
- Utilizar términos imprecisos y lenguaje voluntariamente confuso en sus informaciones a la hora de referirse a los "datos personales" de los consumidores.
- Sugerir que los consumidores que decidan pagar no verán anuncios en absoluto, mientras que en realidad sí podrán seguir viéndolos cuando participen en contenidos compartidos a través de Facebook o Instagram por otros miembros de la plataforma.
- Presionar a los usuarios habituados a utilizar Facebook/Instagram de forma gratuita hasta que se introdujo el nuevo modelo de negocio, y para quienes Facebook/Instagram a menudo constituyen una parte importante de sus vidas sociales e interacciones, para que tomen una decisión inmediata, sin una advertencia previa, tiempo suficiente y una oportunidad real de evaluar cómo esa elección podría afectar a su relación contractual con Meta, al no permitirles acceder a sus cuentas antes de tomar su decisión. Muchos podrían haberse visto expuestos a presiones indebidas para elegir rápidamente entre los dos modelos, temiendo perder al instante el acceso a sus cuentas y a su red de contactos

Meta tiene de plazo hasta el primero de septiembre de 2024 para responder a la red CPC y a la Comisión y proponer soluciones. Si no da los pasos necesarios para resolver los problemas planteados, las autoridades de Consumo pueden decidir tomar medidas coercitivas, incluidas sanciones.

Esta acción coordinada por la red CPC contra Meta se suma a otros procedimientos nacionales y de la UE en curso relacionados con el mismo modelo, como las llevadas a cabo por la Comisión por incumplimiento de los Reglamentos de Mercados Digitales (DMA) y Servicios Digitales (DSA) y la evaluación por parte de la Comisión de Protección de Datos irlandesa a la luz del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

- El 1 de marzo de 2024, la Comisión envió formalmente a Meta una solicitud de información en virtud de la DSA y la DMA para proporcionar más información relacionada con esta iniciativa de Meta.
- El 25 de marzo la Comisión incoó un procedimiento contra la empresa para investigar si el modelo de "pago o consentimiento", introducido para los usuarios en la UE en noviembre de 2023, cumple con el artículo 5, apartado 2, de la DMA, que exige a los *gatekeepers* como Meta, obtener el consentimiento de los usuarios cuando pretenden combinar los datos personales de los usuarios entre los servicios de la plataforma principal designada y otros servicios.
- El 1 de julio de 2024, la Comisión envió sus conclusiones preliminares a Meta, informándole de que su modelo publicitario de "pago o consentimiento" incumple la DMA.

La red CPC engloba a las autoridades responsables de la aplicación de la legislación comunitaria en materia de protección de los consumidores. En virtud del Reglamento sobre cooperación en materia de Protección de los Consumidores, y con la coordinación de la Comisión Europea, puede adoptar medidas para abordar cuestiones transfronterizas en el marco de la UE