



Mozilla volvió a actualizar los Términos de Uso de Firefox después de la violenta reacción el amplio texto acerca de las licencias de datos

Mozilla, la empresa detrás del navegador Firefox, actualizó el viernes sus Términos de Uso por segunda vez en una semana, luego de recibir [críticas](#) por utilizar un lenguaje demasiado amplio que parecía concederle derechos sobre toda la información que los usuarios ingresaban en el navegador.

Los términos modificados ahora [establecen](#) lo siguiente:

*«Otorgas a Mozilla los permisos necesarios para que Firefox funcione correctamente. Esto incluye el procesamiento de tus datos conforme a lo indicado en el [Aviso de Privacidad de Firefox](#). También implica una licencia global, no exclusiva y sin regalías, para que podamos gestionar el contenido que ingreses en Firefox según tus acciones. Sin embargo, esto no significa que Mozilla tenga propiedad sobre dicho contenido.»*

Una versión anterior de esta cláusula, que entró en vigor el 26 de febrero, decía:

*«Cuando subes o introduces información en Firefox, nos concedes automáticamente una licencia no exclusiva, sin regalías y de alcance mundial para utilizar esa información con el fin de facilitar tu navegación, experiencia e interacción con el contenido en línea según cómo uses Firefox.»*

Este ajuste se produjo poco después de que la empresa [presentara](#) por primera vez unos Términos de Uso para Firefox, junto con un Aviso de Privacidad renovado, diseñado para ofrecer mayor claridad sobre cómo maneja los datos de los usuarios.

*«Hemos estado atentos a las inquietudes de nuestra comunidad respecto a ciertas secciones de los Términos de Uso, en especial sobre la cuestión de la licencia. Nuestra intención era ser lo más precisos posible en cuanto al funcionamiento de*



Mozilla volvió a actualizar los Términos de Uso de Firefox después de la violenta reacción el amplio texto acerca de las licencias de datos

*Firefox, pero al hacerlo generamos confusión y preocupación entre algunos usuarios», [explicó](#) Ajit Varma, vicepresidente de Producto en Mozilla.*

Mozilla recalcó que no comercializa ni adquiere datos de sus usuarios y que estas modificaciones se realizaron porque algunas legislaciones interpretan el término «venta» de manera más amplia, incluyendo diversas formas en que la información personal puede intercambiarse con terceros a cambio de beneficios económicos o de otro tipo.

Además, la compañía aclaró que ya recopila y comparte cierta información con socios comerciales a través de anuncios opcionales en la página de Nueva Pestaña y sugerencias patrocinadas en la barra de búsqueda, como parte de su estrategia para seguir siendo «financieramente sostenible».

Mozilla también señaló que, aunque no accede a las conversaciones que los usuarios mantienen con chatbots de inteligencia artificial (IA) de terceros habilitados en la barra lateral (o mediante accesos directos), sí recopila datos técnicos y de interacción sobre el uso de esta función con el objetivo de mejorar Firefox.

Entre los datos recopilados se incluyen la frecuencia con la que los usuarios eligen cada proveedor de chatbot, la cantidad de veces que se utilizan sugerencias automáticas y la extensión del texto seleccionado.

*«Cada vez que compartimos datos con nuestros socios, tomamos medidas rigurosas para asegurarnos de que la información esté anonimizada, se comparta solo de forma agregada o se proteja mediante nuestras tecnologías de privacidad (como HTTPS)», [explicó](#) Varma.*

La reacción en contra de los Términos de Uso de Mozilla surge tras la nueva [política de seguimiento de anuncios](#) de Google, que ha sido objeto de escrutinio por parte de reguladores y organismos de control debido a preocupaciones sobre la privacidad.



Mozilla volvió a actualizar los Términos de Uso de Firefox después de la violenta reacción el amplio texto acerca de las licencias de datos

Las políticas del programa de plataformas publicitarias, que entraron en vigor el 16 de febrero de 2025, permiten el uso de direcciones IP para identificar a los usuarios mediante huellas digitales y rastrearlos en diferentes plataformas sin necesidad de volver a identificarlos. La Oficina del Comisionado de Información del Reino Unido (ICO) calificó este cambio como «irresponsable».

*«Las organizaciones que utilicen técnicas de identificación mediante huellas digitales para publicidad deberán demostrar cómo cumplen con la legislación de protección de datos. Esto incluye proporcionar transparencia a los usuarios, obtener su consentimiento libremente otorgado, garantizar un procesamiento justo y respetar derechos como el de eliminación de datos», [declaró la ICO](#) en un comunicado.*