



Protección de Datos (DPC) que afectan a la privacidad.

La popular red social recibió el pasado año instrucciones de la DPC para modificar, entre otras cuestiones, herramientas relacionadas con la privacidad de datos y eliminación de información no deseada.

La auditoría fue hecha sobre el funcionamiento de Facebook Irlanda (FB-I), dado que el gigante de las comunicaciones tiene en Dublín su base de operaciones internacionales, desde donde atiende las cuentas de millones de usuarios registrados fuera de Estados Unidos y Canadá.

En sus conclusiones, abogó por introducir cambios encaminados a mejorar la transparencia de Facebook respecto al uso que hace de la información de sus clientes y a reforzar el control del usuario sobre los ajustes de sus perfiles.

Según la DPC, los responsables de la red social aún tienen pendiente efectuar varias de las modificaciones impuestas, algunas relacionadas con la retención de datos en cuentas inactivas o desactivadas y con el uso que hace de información en el campo de la publicidad.

El director de la Comisión, Billy Hawkes, recordó hoy que si Facebook no atiende a todas las recomendaciones en un plazo de cuatro semanas podría ser multada con un máximo de 100 mil euros, aunque destacó que la compañía se ha comprometido en firme a cumplir con la legislación irlandesa y de la Unión Europea (UE) sobre la protección de datos.

Hawkes destacó que la red fundada por Mark Zuckerberg ha prometido, por ejemplo, reformar, «más allá de las sugerencias planteadas por la DPC», la privacidad de la tecnología de reconocimiento facial.

Esta herramienta ya ha sido anulada de las cuentas de nuevos usuarios en la UE, aunque aún no ha habido cambios para los de EU y Canadá.

«Todavía hay un número de cuestiones en las que no se han producido los avances que



Facebook será multada por 100 mil euros si no mejora su privacidad

esperábamos y hemos fijado una fecha límite de cuatro semanas para que se resuelvan satisfactoriamente», aseguró hoy el «número dos» de la Comisión, Gary Davis.

«También está claro -añadió- que el continuo diálogo con la compañía es necesario, ya que continúa desarrollando nuevas maneras de ofrecer publicidad a sus usuarios y de mantenerles en la red».

Fuente: Milenio