Beta Bits Legal Recap

HIGHLIGHTS DE DICIEMBRE 2025

Derecho Digital y Protección de Datos

1.

RUSSMEDIA: EL OPERADOR DE UN MARKETPLACE ES (CO)RESPONSABLE DEL TRATAMIENTO DE DATOS QUE APARECEN EN LOS ANUNCIOS

La reciente STJUE -asunto *Russmedia*- pone el foco en un supuesto de hecho muy concreto: la corresponsabilidad de la plataforma del tratamiento de datos personales de categoría especial (o sensibles) de terceros que se han difundido por parte de un anunciante. Las consecuencias de esta Sentencia no serán menores si lo anterior se aplicara a cualquier tratamiento de datos personales (no solo de categoría especial).

El TJUE indica, además, que aunque los datos que se publiquen sobre un interesado sean falsos, no por ello dejan de ser datos personales de categoría especial.

En nuestra entrada del blog puedes consultar el análisis de la Sentencia del TJUE: https://betalegal.com/blog/russmedia-exencion-reponsabilidad-plataformas-online/

2.

TRAZABILIDAD DE LOS DATOS EN LOS MODELOS DE IA *OPEN SOURCE*

Los modelos de IA de código abierto pueden ser descargados por cualquiera, ser editados y puestos de nuevo a disposición de terceros. Para comprender como se formó el modelo es indispensable poder buscar en el mismo. Si un modelo ha sido formado mediante el tratamiento de datos personales, este debe estar sujeto al RGPD.

En este contexto, la CNIL y su LINC han desarrollado una investigación centrada en explorar escenarios para el ejercicio de los derechos de oposición, acceso o supresión, cuando se han utilizado datos personales para entrenar un modelo de IA de código abierto. El primer paso para ello es identificar en el modelo base los datos memorizados de una persona para poder ir descendiendo al resto de modelos que también habrían memorizado dichos datos.

Puedes acceder al artículo aquí: https://linc.cnil.fr/presentation-du-projet-experimenter-des-scenarios-dexercice-de-droits-pour-eclairer-la-position-de.

3.

EL USO DE CÁMARAS CORPORALES EN LOS CONTROLES DE BILLETES DE TRANSPORTE DEBE SER INFORMADO

El TJUE ha dictaminado, en el asunto Storstockholms Lokaltrafik, que el uso de cámaras corporales durante la realización de controles de billetes en el transporte público supone una obtención directa de los datos personales de los interesados (no indirecta, lo que diferiría el momento en que los interesados deben ser informados). Por lo tanto, los interesados deben recibir información sobre dicho tratamiento de datos de manera inmediata. (...) *"una obtención de datos como «directa» no exige que el interesado facilite los datos conscientemente ni requiere ninguna acción particular por su parte. Por lo tanto, se considera que los datos derivados de la observación de la persona de la que proceden se han recogido directamente de dicha persona. El segundo supuesto, el relativo a la obtención indirecta de datos, se aplica cuando el responsable del tratamiento no mantiene un contacto directo con el interesado y obtiene los datos a partir de otra fuente".*

Puedes consultar la Sentencia aquí: https://curia.europa.eu/juris/documents.jsf?num=C-422/24.

4. LA CNIL SANCIONA A 4 CANDIDATOS A LAS EUROPEAS Y LEGISLATIVAS DE 2024 POR VULNERAR EL RGPD

Los candidatos, como responsables del tratamiento, deben poder demostrar que tienen un base lícita para el envío de publicidad a los ciudadanos, lo que no ocurrió y, por tanto, se incumplió el 5.2 RGPD. Un candidato, profesional de la salud, utilizó el teléfono de sus pacientes para enviar información sobre la campaña, lo que supone un uso incompatible y, por tanto, un incumplimiento del 5.1 b) RGPD. Tampoco informaron, ni facilitaron mecanismos para oponerse, ni dieron respuesta al ejercicio de derechos de los interesados. Otro candidato envió un correo electrónico sin copia oculta. Incumplimientos del 12, 15, 17, 21 y 32 del RGPD.

Se puede consultar la nota de prensa aquí: https://www.cnil.fr/fr/prospection-politique-sanction-candidats-2024.

5. LABORATORIO DE LA AEPD

La AEPD ha puesto en marcha el "LABORATORIO DE LA AEPD" en el marco del Plan Estratégico 2025–2030, con la finalidad de consolidar un espacio estratégico para la generación de conocimiento, análisis prospectivo y la colaboración especializada en materia de privacidad y protección de datos personales.

El Laboratorio promueve la investigación, el diálogo con expertos y el apoyo a profesionales en privacidad y cuenta con los siguientes apartados:

a) "Blog del Lab"
b) "Diálogos de Privacidad
c) "Fórmulas de colaboración"
d) "Novedades"

Accede al laboratorio en https://laboratorio.aepd.es/.

6. RENOVACIÓN DE LAS DECISIONES DE ADECUACIÓN CON REINO UNIDO

El pasado 19 de diciembre, la Comisión Europa renovó las dos Decisiones de Adecuación para la libre circulación de datos personales entre el E.E.E. y el Reino Unido, confirmando que el marco jurídico del Reino Unido en materia de protección de datos ofrece "garantías sustancialmente equivalentes" a las de la UE.

Las Decisiones estarán vigentes hasta el 27 de diciembre de 2031.

Enlace: https://commission.europa.eu/document/download/a7907f8f-6e1c-4782-a193-d16b2cfe7650_en?filename=JUST_template_comingsoon_standard_26.pdf.

7. RECOMENDACIONES DEL EDPB SOBRE LA CREACIÓN DE CUENTAS DE USUARIO EN SITIOS WEB DE COMERCIO ELECTRÓNICO

El EDPB ha adoptado las Recomendaciones 2/2025 sobre la base jurídica para exigir la creación de cuentas de usuario en sitios web de comercio electrónico. Dichas recomendaciones están destinadas a reforzar la privacidad de los usuarios en el ámbito del comercio electrónico, aclarando, a través de una serie de ejemplos, en qué supuestos resultaría lícito, según el artículo 6.1. RGPD, exigir a los usuarios la creación de una cuenta para acceder o realizar compras en plataformas online. El Comité considera que ofrecer al usuario la alternativa entre crear una cuenta o continuar navegando y comprando como invitado, constituye la vía más eficiente para realizar un tratamiento lícito de los datos personales, además de favorecer un entorno digital más seguro y alineado con los principios de transparencia, minimización de datos y protección de datos desde el diseño y por defecto establecidos en el RGPD.

En la siguiente tabla realizamos un desglose respecto a la base de legitimación del artículo 6.1.b) RGPD:

FINALIDAD DEL TRATAMIENTO (ART. 6.1 b) RGPD)	¿PUEDE IMPONERSE LA CREACIÓN DE CUENTA?	REQUISITOS (SI PROCEDE)
Venta puntual	✗	No es estrictamente necesario crear cuenta para ejecutar un contrato de compraventa. El pedido puede realizarse como "invitado".
Suscripción a servicios	✓	La cuenta es **estrictamente necesaria** para gestionar un contrato continuado con autenticación recurrente. **Requisitos:** contrato, necesidad de interacciones autenticadas, ausencia de alternativa menos intrusiva, intención clara del usuario de vincularse (acceso al contenido, seguimiento de pedidos, comunicación con e-Commerce, modificar suscripción).
Acceso a ofertas exclusivas de una comunidad cerrada	✓	La cuenta es necesaria para acceder a una comunidad no abierta a cualquiera. **Requisitos:** comunidad cerrada con características específicas, autenticación necesaria para preservar la exclusividad, pertenencia como objeto principal del contrato y relación a largo plazo. **Si la comunidad no es cerrada, no es posible solicitar registro.**
Compra condicionada (profesional, estudiante)	✓	La cuenta debe ser necesaria para verificar el "estatus" del usuario en cada compra, identificación eficaz de cliente recurrente, la creación de espacio privado al que acceder para comunicar información de forma segura y confidencial (**no válido para verificar una sola vez al usuario o si existen medios menos intrusivos como un formulario de contacto, eliminando los datos cuando ya no son necesarios**).
Personalización de recomendaciones	✓	Además del contrato principal puede celebrarse otro contrato para recomendaciones personalizadas en función de las preferencias. Requisitos: existencia contrato con inclusión de las condiciones correspondientes. El contrato debe cumplir, en su caso, con la legislación sobre consumidores y usuarios. No puede imponerse cuando se va a confirmar la transacción principal.
Servicios posventa (garantías, devoluciones, reclamaciones)	✗	Pueden gestionarse con enlaces únicos, formularios o email. No requieren cuenta persistente. El usuario puede identificarse por otros medios (como el email o información adicional si es necesario).

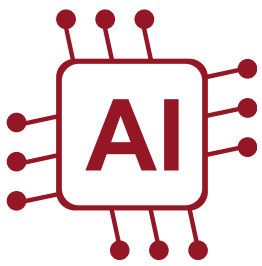
Puedes consultar las recomendaciones en el siguiente enlace: https://www.edpb.europa.eu/system/files/2025-12/edpb-recommendations-202502-mandatory-user-accounts_en.pdf.

8. EVALUACIÓN DE LOS SISTEMAS DE IA DE ALTO RIESGO: RIESGOS EN LOS DERECHOS FUNDAMENTALES

El pasado 4 de diciembre, la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (FRA), publicó el informe *Assessing High-risk Artificial Intelligence: Fundamental Rights Risks*, en el que analiza, mediante entrevistas a desarrolladores, vendedores y usuarios de IA, los retos de los sistemas de IA clasificados como alto riesgo según el Reglamento de Inteligencia Artificial y cómo estos pueden afectar a los derechos fundamentales de las personas en el ámbito de empleo, educación, migración, asilo, seguridad, acceso a servicios esenciales o prestaciones públicas.

Disponible en: https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2025-assessing-high-risk-ai-fundamental-rights-risks_en.pdf.

9. ANEXO A LA POLÍTICA DE USO DE IA GENERATIVA EN LA AEPD



El día 11 de diciembre, la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) publicó el "Anexo Implementación de la Política General IAG de la AEPD" para complementar su "Política General para el Uso de la IA Generativa en procesos administrativos de la AEPD", publicada el pasado mes de noviembre.

Este anexo incluye casos de uso de IAG en el ámbito administrativo de la AEPD (e.g. generación de material y contenidos multimedia interactivo y de comunicación, elaboración de contenidos divulgativos o formativos, asistencia en la aproximación y preparación general de argumentos, estudios jurídicos y técnicos). Asimismo, realiza un análisis de las amenazas con relación a los sistemas de IA generativa (como la divulgación de información no personal, interacción humana incorrecta, irresponsable o perjudicial y la falta de transparencia y explicabilidad de las actuaciones basadas en IAG).

Finalmente, el documento incorpora una referencia al plan de despliegue progresivo del uso de IA generativa en los procesos administrativos de la Agencia.

Consulta el anexo en el siguiente enlace: https://www.aepd.es/documento/anexo-implementacion-politica-iag-aepd.pdf

10. LOS PADRES DE UNA VÍCTIMA DE *SEXTORSIÓN* DEMANDAN A META EN UK

Primera demanda contra META en UK presentada por los progenitores de una víctima de *sextorsión* que se acabó suicidando. La demanda afirma que la muerte fue "el resultado previsible de las decisiones de diseño de Meta y de sus repetidas negativas a implementar medidas de seguridad asequibles, disponibles e identificadas debido a la priorización de Meta en la interacción sobre la seguridad del usuario".

Estos fallos de diseño incluyen la "recopilación de datos personales sin consentimiento informado" y el uso de esos datos para productos de publicidad personalizada "que sabía que operaban de una manera que recomendaba a usuarios adolescentes de Instagram a *sextorsionistas* que la propia Meta ya había identificado como depredadores". Como siempre, META no hizo nada.

11. GUÍAS PARA EL CUMPLIMIENTO DEL REGLAMENTO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El pasado 10 de diciembre, la Agencia Española de Supervisión de la Inteligencia Artificial (AESIA) publicó un total de 16 guías prácticas en el marco del Sandbox de IA, con el objetivo de orientar a las organizaciones sobre sus obligaciones, riesgos y medidas de seguridad conforme al Reglamento de Inteligencia Artificial de la UE + un checklist de cumplimiento.

Estas guías abordan aspectos clave como la ciberseguridad, la gestión de la calidad, la gestión de incidentes, la supervisión humana, la transparencia y la gobernanza del dato, entre otros.

Consulta las Guías en el siguiente enlace: https://aesia.digital.gob.es/es/guias.

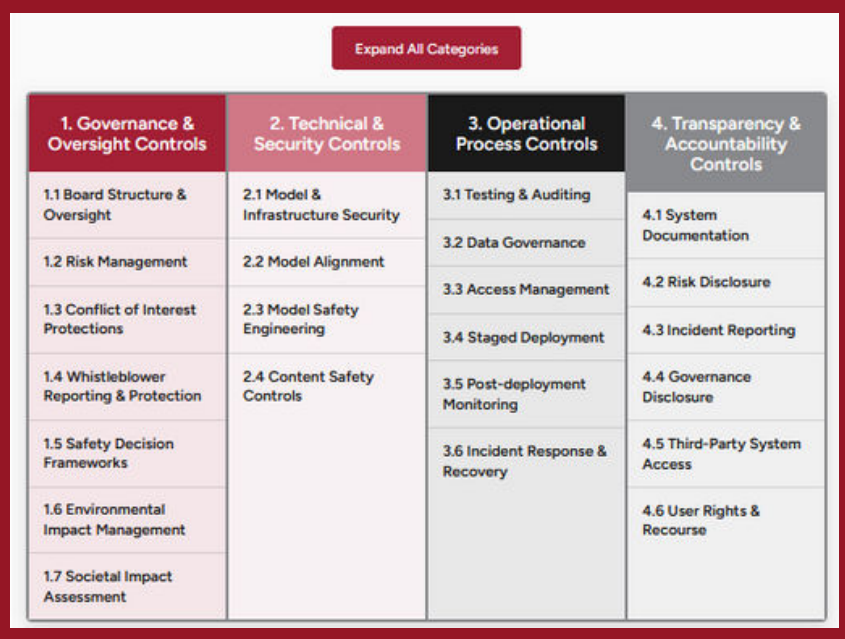
12. CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL ETIQUETADO DE CONTENIDO GENERADO POR IA

La Comisión Europea ha publicado el primer borrador del código de buenas prácticas para el marcado y etiquetado del contenido generado por Inteligencia Artificial, que tiene por objetivo ser una herramienta de apoyo tanto para los proveedores como para los implementadores de sistemas de IA generativa, a fin de asegurar la comunicación clara de la intervención de dicha tecnología.

Disponible en: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-publishes-first-draft-code-practice-marking-and-labelling-ai-generated-content?pk_source=ec_newsroom&pk_medium=email&pk_campaign=Shaping%20Europe%E2%80%99s%20Digital%20Future/en.

13. ACTUALIZACIÓN DEL REPOSITORIO DEL MIT SOBRE RIESGOS Y MITIGACIONES DE SISTEMAS DE IA

Este mes de diciembre, el MIT ha actualizado su taxonomía de riesgos en sistemas de IA con sus respectivas mitigaciones.



Puedes consultar el repositorio completo aquí: https://airisk.mit.edu/.

14.

LA COMISIÓN ABRE INVESTIGACIÓN POR COMPETENCIA SOBRE LA POLÍTICA DE META Y LA IA DE WHATSAPP

La Comisión Europea ha abierto una investigación antimonopolio contra Meta para evaluar si su nueva política restringe ilegalmente el acceso de proveedores de inteligencia artificial a WhatsApp Business. La política de Meta, anunciada en octubre de 2025, prohíbe a ciertos proveedores de IA usar esa herramienta cuando su servicio principal es la IA ofreciendola ese servicio a través de WhatsApp Business, lo que podría limitar la competencia. La Comisión sospecha que esta práctica pueda violar las normas de competencia de la UE al impedir que terceros proveedores lleguen a clientes dentro del Espacio Económico Europeo. La investigación busca determinar si Meta abusa de su posición dominante, lo cual podría frenar la innovación y elección de servicios de IA en el mercado europeo.

Puedes consultar más información aquí: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_2896.

15.

LA COMISIÓN SANCIONA A “X” CON 120M DE EUROS EN APLICACIÓN DE LA DSA

Primera sanción en aplicación del Reglamento de Servicios digitales (DSA). Las infracciones de “X” (antes Twitter) incluyen el diseño engañoso de su marca de verificación azul, la falta de transparencia de su repositorio de publicidad y la falta de acceso de los investigadores a los datos públicos.

En “X”, cualquiera puede pagar para obtener el estado «verificado» sin que la empresa verifique de manera significativa quién está detrás de la cuenta, lo que dificulta que los usuarios juzguen la autenticidad de las cuentas y el contenido con el que interactúan. Este engaño expone a los usuarios a estafas varias. El repositorio de anuncios de “X” no cumple con los requisitos de transparencia y accesibilidad de la DSA e incorpora barreras de acceso, que socavan el propósito de los repositorios de anuncios.

“X” no cumple con sus obligaciones de la DSA de proporcionar a los investigadores acceso a los datos públicos de la plataforma, lo que es fundamental para poder comprobar su funcionamiento. Por ejemplo, los T&C de X prohíben a los investigadores acceder de forma independiente a sus datos públicos, incluso a través del scraping.

Aquí puedes consultar el comunicado y el procedimiento: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_2934.

16.

CONSULTA PÚBLICA SOBRE CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN RELACIÓN CON LOS DERECHOS DE AUTOR Y LA IA

La Comisión Europea ha abierto una consulta pública dirigida a partes interesadas para apoyar la implementación de la Medida 1.3 del Código de Buenas Prácticas de Inteligencia Artificial de uso general (“Copyright Section”). La intención es identificar y acordar protocolos técnicos “opt-out” legibles por máquina que permitan a los titulares de derechos expresar su reserva frente al uso de sus contenidos para minería de texto y datos (TDM), y que los proveedores de modelos de IA respeten dichas reservas. La consulta está abierta hasta 23 de enero de 2026.

Disponible en:
https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/Stakeholder_consultation_and_call_for_expression_of_interest_Measure_1_3_of_the_GPAI_CoP.

17.

DERECHOS DE AUTOR E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El Parlamento Europeo publicó el 3 de diciembre de 2025 un estudio sobre cómo debe adaptarse la política legislativa sobre derechos de autor ante la inteligencia artificial, teniendo en cuenta tanto el valor económico de los datos, las lecciones aprendidas de los mercados digitales y un modelo de los efectos beneficiosos. El informe examina los efectos de distintas opciones regulatorias, como una simple excepción al derecho de autor, una excepción con exclusión voluntaria (opt-out), un mercado de licencias con opt-out y un sistema de licencias legales, con el objetivo de identificar la política más eficaz para equilibrar el acceso a datos necesarios para entrenar IA y los incentivos para que los creadores sigan produciendo obras.

Disponible en: https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IUST_STU(2025)778859.

18.

INVESTIGACIÓN FORMAL ANTIMONOPOLIO CONTRA GOOGLE

La Comisión Europea ha abierto una investigación formal antimonopolio contra Google para determinar si la empresa ha violado las normas de competencia de la UE.

La causa se centra en determinar si Google utiliza contenidos de editores web para ofrecer servicios de IA generativa, como AI Overviews y AI Mode, sin ofrecer una compensación adecuada ni una opción real de exclusión para los editores. Estos servicios de Google muestran respuestas generadas por IA basadas en contenidos periodísticos, mientras que los editores, que dependen del tráfico de Google, no pueden negarse a ese uso sin arriesgar su visibilidad en el buscador.

Asimismo, la Comisión analiza si Google emplea vídeos y otros contenidos de YouTube para entrenar sus modelos de IA generativa sin remunerar a los creadores ni permitirles rechazar ese uso. Los creadores están obligados a autorizar el uso de sus datos para estos fines si quieren publicar en la plataforma, mientras que Google impide a desarrolladores rivales acceder a ese mismo contenido, lo que podría suponer una ventaja competitiva injusta.

De confirmarse las infracciones, Google podría enfrentarse a multas significativas.

Más información en: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_2964.

EL LIBRO DEL MES

Lo cierto es que el libro ya tiene un tiempo, pero aprovechando que en octubre se confirmó por parte del TS de UK, que como estableció la ICO, a Clearview se le aplica el RGPD, nos ha parecido oportuno sacarlo de nuevo a la palestra. El libro analiza el surgimiento de Clearview AI, la empresa que desarrolló una potente tecnología de reconocimiento facial a partir de miles de millones de imágenes extraídas de internet, sin consentimiento. A través de una investigación periodística, se muestra cómo esta herramienta permite identificar a casi cualquier persona con solo una fotografía. El texto advierte sobre los riesgos para la privacidad, el fin del anonimato y el uso de la tecnología para la vigilancia masiva. También expone los errores y sesgos del sistema, que pueden provocar discriminación y abusos, especialmente por parte de fuerzas policiales. Además, el libro revela los intereses económicos y políticos que impulsaron el crecimiento de Clearview, destacando cómo la falta de regulación favoreció su expansión. En conjunto, la obra plantea un debate crítico sobre los límites éticos del desarrollo tecnológico y el poder de las empresas privadas sobre los datos personales.

Beta Legal
Advocats i economistes

info@betalegal.com
https://betalegal.com/
Beta Legal
@beta_legal

Si te han reenviado esta *newsletter*, puedes apuntarte aquí para recibirla mensualmente en tu correo electrónico.