

## Nota informativa

# Los “dark patterns”, un riesgo para el comercio online honesto y la protección de datos personales

### Están diseñados para influenciar en el comportamiento y las decisiones de compra de los usuarios

Madrid, 01 de junio de 2022. Los patrones oscuros o “dark patterns” en inglés, es un término relacionado con los medios de comunicación utilizados en el entorno digital que afecta a la experiencia de usuario y cuyo diseño está destinado a influenciar en el comportamiento y las decisiones de las personas durante el tiempo que interactúan con páginas webs, apps o redes sociales. Se tratan de unas prácticas poco respetuosas que persiguen manipular la interacción de las personas consumidoras. El uso de este tipo de patrones, ampliamente utilizados ha sido objeto de análisis por parte de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) ya que pueden manipular las decisiones del usuario respecto al tratamiento de sus datos personales. Por este motivo, en su [Guía de Protección de Datos por Defecto](#), la AEPD analiza los dark patterns y advierte que los responsables del tratamiento de datos deben garantizar que no se emplean patrones oscuros, especialmente con relación a las decisiones que afectan al tratamiento de los datos personales.

Asimismo, el Comité Europeo de Protección de Datos (EDPB por sus siglas en inglés) ha publicado también sus [Directrices sobre dark patterns en interfaces de redes sociales: Cómo reconocerlos y evitarlos](#). Estas directrices, al igual que la guía de la AEPD, toman como punto de partida el artículo 5.1.a del Reglamento General de Protección de Datos para evaluar cuándo un patrón de diseño corresponde con un dark pattern. En ese documento se recogen una serie de ejemplos, así como recomendaciones de buenas prácticas para evitar los dark patterns. Estos patrones oscuros pueden presentarse al usuario en operaciones de tratamiento de diversa índole, como durante el proceso de registro o alta en una red social, al iniciar sesión o también en otros escenarios como en la configuración de las opciones de privacidad, en los banners de cookies, durante el proceso de ejercicio de derechos, en el contenido de una comunicación informando sobre una brecha de datos personales o incluso al intentar darse de baja de una plataforma.

Las Directrices del EDPB clasifica los dark patterns en las siguientes categorías:

**Sobrecarga (overloading):** Se presentan demasiadas posibilidades a la persona que tiene que tomar las decisiones, lo que termina generando fatiga y acaba compartiendo más información personal de la deseada.

**Ocultación (skipping):** La interfaz o experiencia de usuario se presenta de tal manera que el usuario no piense en algunos aspectos relacionados con la protección de sus datos, o que lo olvide.

**Emocionar (stirring):** se apela a las emociones de los usuarios o se utilizan empujones visuales en forma de efectos para influenciar en las decisiones.

**Obstaculización (hindering):** trata de poner trabas para que el usuario no pueda realizar de forma sencilla y accesible ciertas acciones o proporcionando información engañosa sobre los efectos de algunas acciones.

**Inconsistencia (fickle):** Se presenta un diseño inestable e inconsistente que no permite realizar las acciones deseadas por el usuario.

**Enturbiar (left in the dark):** la información o las opciones de configuración de la privacidad se esconden o se presentan de forma poco clara utilizando un lenguaje errático, información contradictoria o ambigua.

Asimismo, y al margen de los aspectos relativos a la protección de datos personales, los dark patterns podrían suponer también una práctica comercial desleal ya que según la normativa que protege a los consumidores y usuarios, se considera desleal “cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico” y los dark patterns podrían encajar dentro de este tipo de conductas, según un post publicado en el blog del [Consejo General de la Abogacía de España](#).

El contenido de esta nota informativa recoge únicamente las opiniones del autor que es el único responsable del mismo. No refleja las opiniones de la Comisión Europea y/o la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación (CHAFEA), y/o su sucesor el Consejo Europeo de Innovación y la Agencia Ejecutiva de PYMES (EISMEA) o cualquier otra institución de la Unión Europea. La Comisión Europea y la Agencia no asumen ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

El contenido de esta nota informativa, disponible en el dominio europa.eu, puede contener “enlaces externos” a sitios web en otros dominios diferentes a europa.eu que son responsabilidad exclusiva de su autor. Los servicios de la Comisión Europea no tienen ningún control ni asumen ninguna responsabilidad sobre estos “enlaces externos”. Cuando los visitantes de los sitios web de la Comisión deciden entrar en tales “enlaces externos” que dirigen a sitios web con dominios distintos de europa.eu, lo hacen bajo su propia responsabilidad, abandonando el dominio oficial de la Comisión Europea. En particular, estos visitantes estarían sujetos a las políticas de cookies, privacidad y legalidad (incluyendo la protección de datos y los requisitos de accesibilidad) del sitio web externo.