



LA INHABILITACIÓN DE UN PERFIL DE FACEBOOK NO ES UNA INTROMISIÓN DEL DERECHO FUNDAMENTAL AL HONOR DE UNA PERSONA JURÍDICA *

Análisis de la STS (Sala de lo Civil) núm. 408/2024 de 20 marzo (JUR 2024\95387)

Helena Palomino Moraleda
Profesora Ayudante de Derecho Civil
Centro de Estudios de Consumo
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 16 de mayo de 2024

1. Hechos

Una empresa valenciana dedicada a la elaboración artesanal de horchata denunció a Facebook por intromisión ilegítima en su honor. Los hechos son los que siguen:

Con el fin de aumentar su visibilidad pública e interactuar con los consumidores, en el año 2010 la empresa horchatera abrió una cuenta en Facebook. El 1.03.2016 Facebook recibió una denuncia anónima por lo que eliminó el acceso al perfil de la empresa horchatera y lo incluyó en la lista de control de cuentas falsas.

* Trabajo realizado en el marco del Proyecto de Investigación PID2021-128913NB-I00, del Ministerio de Ciencia e Innovación y la Agencia Estatal de Investigación (AEI) cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) titulado “Protección de consumidores y riesgo de exclusión social: seguimiento y avances”, dirigido por Ángel Carrasco Perera y Encarna Cordero Lobato; en el marco de las Ayudas para la realización de proyectos de investigación aplicada, en el marco del Plan Propio de investigación, cofinanciadas en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), para el proyecto titulado “Modelos jurídicos eficientes de consumo sostenible”, con Ref.: 2022-GRIN-34487 dirigido por Ángel Carrasco Perera y Ana I. Mendoza Losana y en el marco del Proyecto de Investigación SBPLY/23/180225/000242 “El reto de la sostenibilidad en la cadena de suministros y la defensa del consumidor final” cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, en el marco del Programa Operativo de Castilla-La Mancha 2021-2027 dirigido por Ángel Carrasco Perera y Ana Carretero García.



El proceso para darse de alta cómo usuario en Facebook exige aceptar unas condiciones de uso y un registro con datos reales, entre los que se incluyen el nombre, fecha de nacimiento o sexo, lo que presupone la concurrencia de una persona física. El resultado de este proceso es la generación de un perfil para el usuario, pero, conforme a las condiciones de uso, si se desea utilizar con fines comerciales ha de abrirse lo conocido como “página”. Estas páginas son administradas por el propio usuario persona física, que al abrirlas debe aceptar las condiciones de uso de páginas de Facebook. Si el perfil de usuario *es inhabilitado y no se subsana la causa, la página que él administra aparece cómo página desconocida*. La fabricante de horchata creó un perfil con su nombre comercial y además abrió dos páginas, en la que constaba fecha de nacimiento, nombre, género masculino y domicilio, lo que hizo entender a Facebook que los datos proporcionados no se ajustaban a la realidad puesto que se trataba de una mercantil. Estos hechos llevaron a la inhabilitación de la cuenta en la red social.

Tras la inhabilitación, se produjo un intercambio de correos y comunicaciones entre las partes litigantes. Facebook indicó a la empresa la necesidad de remitir algún documento en el que constara nombre y fecha de nacimiento con el fin de recuperar la cuenta. Aunque la mercantil remitió documentación relativa tanto a la persona jurídica cómo a la física encargada de la gestión de redes sociales, Facebook afirmó que la documentación presentada no acreditaba que los datos aportados en el momento del registro eran reales. En marzo de 2017 se produjo una rehabilitación de la cuenta, pero al constatarse que la empresa continuaba infringiendo las condiciones de uso al no convertir su perfil en página se volvió a inhabilitar en junio de ese mismo año.

Para la mercantil, la inhabilitación de la cuenta ha supuesto la desaparición de su empresa en la red social. A consecuencia de esta invisibilidad alega que ha sufrido un grave quebranto de su reputación y prestigio generado durante años, perdiendo su “historia” y relación con clientes, basado todo ello en la información suministrada en el perfil, comentarios, valoraciones, imágenes, etc. Entiende que se ha producido un menoscabo de su “identidad digital”, vinculada fuertemente a su presencia en Facebook, especialmente porque el mensaje que aparece al buscar su cuenta en esta red social es “cerrado permanentemente”, junto con la denominación y ubicación de la empresa.

1.1 Motivo casacional

Tras la desestimación de sus pretensiones en primera instancia y apelación, la empresa horchatera presentó recurso de casación. El motivo alegado fue la infracción de su derecho al honor. Sostiene que el mensaje “cerrado permanentemente” que aparece sobre su perfil inhabilitado por Facebook se sitúa sobre un mapa que indica el lugar geográfico donde se encuentra ubicada la empresa. Argumentó que estos hechos producían un



menoscabo de su fama y reputación en el sentido de la imputación de hechos que contempla el art. 7.7. de la Ley Orgánica de Protección al Derecho al Honor:

- (i) “Cerrado permanentemente” incide sobre la visión que los demás tienen de la empresa.
- (ii) Pone de manifiesto la *probable imposibilidad de cumplir con sus compromisos y de actuar en el mercado*.
- (iii) Todo ello afecta al buen nombre de la empresa, respeto de los clientes físicos y en modalidad online. Y, sobre *las administraciones públicas, entidades financieras, proveedores, etc., con los que la empresa interactúa*.

2. Fundamentos jurídicos

El Tribunal Supremo desestima el recurso de casación presentado por la empresa fabricante de horchata. Es jurisprudencia consolidada que las personas jurídicas tienen reconocido el derecho fundamental al honor, el derecho al buen nombre o a la reputación no es patrimonio exclusivo de las personas físicas.¹ En atención a los fines de la persona jurídica – privado² estas merecen un ámbito de protección de su propia identidad con el fin de asegurar el ejercicio de su actividad. Aunque no cabe equiparar el derecho al honor de la persona física y el de la persona jurídica.

El derecho al honor de las personas físicas comprende dos aspectos: el interno y el externo. El primero se refiere al sentimiento de dignidad de la propia persona mientras que el segundo alude a la valoración social, la reputación reflejada en la consideración de los demás. Pero esto no es igual en el caso las personas jurídicas. En atención a su naturaleza, la protección de su derecho al honor se centra únicamente en el aspecto externo, la consideración pública. La carencia de capacidad volitiva de la persona jurídica justifica esta distinción.

El derecho al honor de la persona jurídica no debe ser identificado simplemente con *la reputación empresarial, comercial o en general el mero prestigio con que se desarrolla la actividad*. En línea con esta jurisprudencia, la sentencia declara que para entender vulnerado el derecho fundamental al honor de las personas jurídicas es necesario que el hecho revista una cierta intensidad y no se trate de una mera crítica a la actividad

¹Vid STC núm.139/1995 de 26 de septiembre, STS núm. 194/2014 de 3 de enero de 2014 o STS núm. 429/2020 de 15 de julio

² El Pleno de la Sala Primera del TS ha fijado que las personas jurídicas de derecho público no son titulares del derecho al honor, sentencia núm. 408/2016 de 15 junio (RJ 2016\2532).



profesional. Se necesita una descalificación injuriosa del comportamiento profesional, *especialmente mediante infamias que pongan en duda o menosprecien la ética en el desempeño de la actividad*. Subraya la sentencia la menor intensidad de la protección del derecho al honor cuando su titular es una persona jurídica.

En el caso objeto de litigio, la frase “cerrado permanentemente” no constituye una intromisión ilegítima al derecho al honor de la empresa. La expresión carece de contenido infame y no manifiesta juicios de valorar que puedan suponer una descalificación injuriosa de la actividad profesional. Dejar de ejercer una actividad no constituye sin más una conducta deshonrosa que conlleve por sí misma *desmerecimiento en la consideración ajena*. Además, no ha sido probado que los usuarios que visitaban el perfil de la mercantil interpretaran que el negocio estaba cerrado o que hubieran recibido numerosas llamadas de clientes y proveedores preocupados por si habían cerrado, tal y cómo se alegó en el recurso de casación.

Finalmente, el TS se pronuncia sobre el supuesto perjuicio que la inhabilitación de la cuenta de Facebook pudo provocar en la identidad digital de la empresa. En la instancia se hizo constar que después de haber sido cerrado el perfil en la red social, se continuó disponiendo de otros medios para mantener presencia en el mundo digital. A saber, su propia página web y dos páginas adicionales en Facebook desde los años 2010 y 2016 que continuaron funcionando después de la inhabilitación final en junio de 2017. Estos hechos justifican que no pueda ser asumido el argumento de la empresa sobre su invisibilidad online provocada por el cierre de su perfil. Señala el Alto Tribunal que las plataformas de redes sociales no garantizan un derecho absoluto a tener presencia si no se cumplen las condiciones establecidas por los proveedores del servicio. Cómo cualquier servicio privado, su acceso y uso están sujetos a la aceptación y cumplimiento de las condiciones que rigen el acuerdo entre la plataforma y el usuario. La recurrente infringió las condiciones de uso establecidas por Facebook al no proporcionar información real ni veraz al crear su perfil, además de ser utilizado para fines comerciales sin hacer uso del medio que exige la plataforma: las “páginas”. En conclusión, la decisión de Facebook de cerrar el perfil de la empresa está justificada y no supone una intromisión del derecho al honor.