



Trabajo Fin de Grado

Técnicas y Procedimientos para el ejercicio del Derecho al Olvido en Internet

Autor/es

Sergio Sánchez Álvarez

Director/es

Carlos Catalán Cantero

Grado en Ingeniería Informática

Escuela Universitaria Politécnica de Teruel / Universidad de Zaragoza

2015

TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA EL EJERCICIO DEL DERECHO AL OLVIDO EN INTERNET - RESUMEN

En este Trabajo Final de Grado se expone el concepto del Derecho al Olvido en Internet y su extensión al mayor número de casos posibles entre todos los afectados en la red. Se trata de mostrar como la evolución en el uso de las redes de información ha propiciado una preocupación por la privacidad y los derechos a esta por parte de los usuarios, quienes han visto magnificado un problema ya existente. Así mismo, se plantean las posibles soluciones que se pueden aplicar a este problema haciendo uso de las herramientas de las que se dispone actualmente y se presentan aquellos lugares donde es posible encontrar datos e información referentes a las personas, así como el interés que puede surgir en eliminarlos. Para ello se indican los apoyos legales con los que la justicia trata de apoyar al ciudadano, y se recopilan los procedimientos y técnicas que es posible aplicar para lograr el objetivo de borrar los datos de Internet. Finalmente, se muestra como el concepto del Derecho al Olvido queda muy lejos de ser algo realmente aplicable con efectividad, y cómo es necesario revisarlo para que realmente cubra las necesidades de los usuarios.

Palabras clave: Derecho al Olvido, Internet, privacidad, datos, información

TECHNIQUES AND PROCEDURES TO APPLY THE RIGHT TO BE FORGOTTEN ON INTERNET - ABSTRACT

In this Final Degree Project is exposed the concept of the Right to be Forgotten on Internet, and its spread to all the possible facts among those affected in the network. It's about showing how the evolution in the use of information networks has led into a concern about the privacy and the right to this for the users, who have seen magnified a problem which already exists. Also possible solutions that can be applied to these problems are outlined, likewise, those places where it is possible to find data and information relating to people are displayed, as well as the interest that can arise for delete it. With this purpose, the legal support that justice have for try to help the citizens is exposed; in the same way, the procedures and techniques that is possible to apply for achieve the goal of delete the data from Internet are compiled. Finally, I try to show how the concept of Right to be Forgotten is far to be something really applicable with effectivity, and the necessity to revise this concept in order to solve the users needs.

Keywords: Right to be forgotten, Internet, privacy, data, information

ÍNDICE

1.- Introducción	11
1.1.- Aspectos legales	14
1.2.- Aspectos técnicos	17
1.2.1.- Las técnicas de indexación de Internet.....	17
1.2.2.- La descentralización de la red y la propagación de los datos.....	17
1.2.3.- El tratamiento informatizado de los datos para obtener información: <i>big data</i> y <i>data mining</i>	18
2.- Conocimiento del ámbito real de aplicación del Derecho al Olvido en Internet.	19
2.1.- Buscadores	20
2.2.- Las redes sociales y la web colaborativa (web 2.0)	22
2.2.1.- El problema de las APIs	26
2.3.- La web en general, los medios de comunicación <i>online</i> y la administración pública. El derecho a ser informado vs. el Derecho al Honor y la Intimidad.....	28
2.4.- Servicios como Servicio (<i>SaaS</i>). Los servicios gratuitos y la nube.	31
2.5.- Aplicaciones de mensajería	32
2.6.- Herencias digitales	33
2.7.- Los archivadores de Internet o archivos de la web	37
2.8.- El rastro de la navegación	38
2.9.- <i>Deep Web</i> (El Internet profundo)	39
3.- Procedimientos y técnicas para ejercer el Derecho al Olvido en Internet.....	41
4.- Conclusiones	42
5.- Referencias	44
Anexo 1. Modelo de acto de última voluntad.....	50
Anexo 2.- Procedimientos y técnicas para ejercer el Derecho al Olvido en Internet	53
2.1.- Buscadores	53
2.1.1 - Ansearch.....	53
2.1.2 - AOL.....	53
2.1.3 - Ask	53
2.1.4 - Baidu	54
2.1.5 - BASE (Bielefeld Academic Search Engine)	55
2.1.6 - Biglobe	56
2.1.7 - Bing	56
2.1.8 - Blingo	57
2.1.9 - CiteULike	57
2.1.10 - DeeperWeb.....	57
2.1.11 - Dogpile	58

2.1.12.- DuckDuckGo.....	58
2.1.13.- Egerin	58
2.1.14.- Exalead	59
2.1.15 - Excite.....	59
2.1.16.- Gigablast.....	59
2.1.17 - Google Search	60
2.1.18 - HotBot	61
2.1.19 - Info.com	61
2.1.20.- Ixquick.....	61
2.1.21.- Leit.is.....	62
2.1.22 - Lycos	62
2.1.23.- Open Directory (DMOZ)	62
2.1.24 - PCH Search and Win.....	63
2.1.25 - Qwant	63
2.1.26 - Rambler	63
2.1.27 - Seznam	64
2.1.28.- Sogou.....	64
2.1.29.- Soso	66
2.1.30.- Walla!.....	66
2.1.31.- WebCrawler	66
2.1.32.- YaCy.....	66
2.1.33.- Yahoo!.....	67
2.1.34.- Yandex	67
2.1.35.- Youdao	68
2.1.36.- Zoo	68
2.2.- Redes Sociales.....	69
2.2.1.- Ask.fm	69
2.2.2.- Badoo	70
2.2.3.- Bebo	72
2.2.4.- Facebook	73
2.2.5.- Flickr	74
2.2.6.- Fotolog	75
2.2.7.- Google Plus	76
2.2.8.- Instagram.....	78
2.2.9.- LinkedIn	79
2.2.10.- Mobli	79
2.2.11.- MySpace.....	80

2.2.12.- Netlog	81
2.2.13.- Orkut.....	81
2.2.14.- Pinterest.....	82
2.2.18.- Reddit	84
2.2.19.- Sonico.....	85
2.2.20.- SoundCloud.....	85
2.2.21.- Taringa!	86
2.2.24.- Trombi.....	89
2.2.25.- Tuenti	89
2.2.26.- Tumblr.....	91
2.2.27- Twitter	92
2.2.28.- Twoo.....	93
2.2.29.- Vine	95
2.2.30.- VK	97
2.2.31.- YouTube.....	97
2.3.- Documentos de la administración pública: Boletines Oficiales	99
2.4.- SaaS. Servicios en la nube y correo electrónico.....	105
2.4.1.- Gmail (Google Mail).....	105
2.4.2.- Lycos Mail.....	106
2.4.3.- Outlook / Hotmail.....	106
2.4.4.- Terra Mail.....	107
2.4.5.- Yahoo Mail.....	107
2.4.6.- 4Shared.....	108
2.4.7.- Amazon Cloud Drive	109
2.4.8.- Box	110
2.4.9.- Dropbox.....	111
2.4.10.- Google Drive y Google Docs	112
2.4.11.- Mediafire	112
2.4.12.- Mega.....	114
2.4.13.- Microsoft OneDrive y Office Online	115
2.5.- Archivos de Internet	115
2.5.1.- <i>Internet Archive</i> (Archive.org). La <i>Wayback-machine</i>	115
2.6.- Herencias digitales	117
2.6.1.- Facebook	117
2.6.2.- Instagram.....	120
2.6.3.- En general.....	123
2.7.- Otros	124

2.7.1.- Amazon	124
2.7.2.- eBay.....	127
2.7.3.- Google	128
2.7.4.- PayPal.....	130
Anexo 3. Modelo de solicitud a <i>Ask.com</i>	132
Anexo 4. Modelo de solicitud a <i>Exalead</i>	133
Anexo 5. Modelo de solicitud a <i>Qwant</i>	134
Anexo 6. Modelo de solicitud a <i>Seznam</i>	135
Anexo 7. Modelo de solicitud de baja en <i>Bebo</i>	136
Anexo 8. Modelo de reclamación de propiedad intelectual en <i>Flickr/Yahoo!</i>	137
Anexo 9. Modelo solicitud de borrado de información en <i>Reddit</i>	138
Anexo 10. Modelo de solicitud a <i>Internet Archive (archive.org)</i>	139
Glosario	140

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Formulario en Baidu.	55
Figura 2. Formulario en Sogou.	65
Figura 3. Formulario en Ask.com.	70
Figura 4. Formulario en Badoo.	71
Figura 5. Selección de borrado en Badoo.	71
Figura 6. Menú de usuario en Fotolog.	75
Figura 7. Selección de desactivación de cuenta en Fotolog.	75
Figura 8. Formulario en Fotolog.	75
Figura 9. Selección de borrado de productos en Google.	76
Figura 10. Eliminación de un producto en Google.	77
Figura 11. Formulario en Instagram.	78
Figura 12. Selección de borrado en MySpace.	80
Figura 13. Confirmación de borrado en MySpace.	81
Figura 14. Opciones de gestión para Orkut.	82
Figura 15. Selección de borrado en Pinterest.	83
Figura 16. Confirmación de borrado en Pinterest.	83
Figura 17. Formulario en Reddit.	84
Figura 18. Formulario en Tuenti.	90
Figura 19. Confirmación de borrado en Tumblr.	91
Figura 20. Selección de borrado en Twoo.	94
Figura 21. Confirmación de borrado en Twoo.	94
Figura 22. Formulario en Vine.	96
Figura 23. Formulario de datos del demandante en AEPD.	102
Figura 24. Formulario de hechos denunciados en AEPD.	102
Figura 25. Formulario de entidades o personas denunciadas en AEPD.	103
Figura 26. Declaración de denuncia y datos reales en AEPD.	103
Figura 27. Fragmento de Términos de Uso en Lycos Mail.	106
Figura 28. Formulario en 4Shared.	109
Figura 29. Selección de borrado en Box.	110
Figura 30. Confirmación de baja en Box.	110
Figura 31. Formulario en Dropbox.	111
Figura 32. Selección de borrado en Mediafire.	113
Figura 33. Confirmación de borrado en Mediafire.	113
Figura 34. Selección de borrado en Mega.	114
Figura 35. Confirmación de borrado en Mega.	114

Figura 36. Formulario de solicitud especial para la cuenta de un usuario fallecido en Facebook.....	118
Figura 37. Formulario 'A' de solicitud de cuenta conmemorativa en Facebook.	119
Figura 38. Configuración del contacto de legado en Facebook.	120
Figura 39. Formulario de solicitud de eliminación de cuenta de un usuario fallecido en Instagram.	121
Figura 40. Formulario de solicitud de cuenta conmemorativa de un usuario fallecido en Instagram.	122
Figura 41. Localización de la sección "Ayuda" en Amazon.	124
Figura 42. Localización de la sección "Contáctanos" en Amazon.	125
Figura 43. Formulario de contacto en Amazon.	125
Figura 44. Formulario de composición de correo electrónico en Amazon.	126
Figura 45. Formulario de contacto mediante llamada telefónica en Amazon.	126
Figura 46. Formulario de borrado en eBay.....	127
Figura 47. Confirmación de borrado en eBay.	128
Figura 48. Acceso al procedimiento de borrado de productos en Google.....	129
Figura 49. Vista de todos los productos que serán borrados en Google.....	129
Figura 50. Confirmación de borrado de cuenta en Google.....	130
Figura 51. Acceso a solicitud de borrado en PayPal.	130
Figura 52. Confirmación de titularidad de cuenta en PayPal.	131

1.- INTRODUCCIÓN

Este Trabajo Final de Grado forma parte de las enseñanzas de la titulación de Grado en Ingeniería Informática (especialidad en Tecnologías de la Información), el cual se desarrolla en la Escuela Universitaria Politécnica de Teruel, perteneciente a la Universidad de Zaragoza, durante el curso académico 2014-2015.

La razón del porqué he elegido el tema del Derecho al Olvido en Internet para este trabajo atiende, en primer lugar, a un interés personal por la memoria digital y la privacidad derivado de mis actividades en la red, tanto en el terreno privado como en el académico; sin embargo, fue mi profesor de la asignatura de Sistemas Legados quién me empujó a convertir el que había sido un breve trabajo y exposición en clase sobre el tema, en un trabajo de investigación más extenso y detallado (el cual dirige).

Con el avance de las nuevas tecnologías y la propagación del uso de Internet más allá del ámbito empresarial, docente o investigador, se produce la magnificación de los problemas relativos a la privacidad y el derecho al honor y la intimidad de las personas que ya existían. Estos problemas se derivan del uso que se pueda dar en la Red, y fuera de ella, a los datos que por esta circulan. Tanto particulares como empresas se dan cuenta de que Internet actúa como un gran archivo, memorizando todo lo que se vierte en él, y propiciando la perpetuidad de los datos así como su fácil y económica recuperación.

El problema al que trata de dar solución el Derecho al Olvido es por tanto la encrucijada que supone este medio de comunicación universal para la privacidad del usuario y sus derechos como individuo. Para entenderlo, es necesario prestar atención a las peculiaridades del plano de Internet frente al analógico, pues es la no-diferenciación entre uno y otro la que provoca una mala mediación de las leyes ante los abusos a los usuarios, y por ende, su indefensión. Para exemplificarlo, podemos pensar en cualquier documento físico que contenga algún tipo de información sensible; por ejemplo, un historial médico o un registro de antecedentes penales. Ambos contienen datos personales relativos a un individuo, y afectan a este de una forma u otra en diversos contextos. Es por esto que se consideran documentos sensibles, que no deben ser filtrados ni hechos públicos; en caso de ocurrir alguna de estas cosas, se persigue a los culpables imponiéndoles las sanciones correspondientes. Eventualidades aparte,

tenemos la certeza más o menos clara de que este tipo de información no podrá ser conocida por la mayoría del público, o al menos no de forma sencilla.

Ahora bien, si nos acercamos al plano de actuación de Internet, encontramos un panorama completamente diferente, en el que con unos simples clics cualquiera es capaz de encontrar todo tipo de información relativa a una persona, una empresa, etc., y usarlo a placer, a tenor de la aparente falta de normativas y barreras.

El Derecho al Olvido se puede definir como el derecho que tiene el titular de un dato personal a borrar, bloquear o suprimir información personal que se considera obsoleta por el transcurso del tiempo o que, de alguna manera, afecta el libre desarrollo de alguno de sus derechos fundamentales. Esta definición, aplicada al entorno cibernético, configura el llamado Derecho al Olvido en Internet. Pero, ¿es realmente un derecho? ¿Tiene algún tipo de reconocimiento por parte de las autoridades? Y, lo que para esta trabajo es más importante ¿cuál es su alcance real?

Si atendemos a la definición del Derecho al Olvido dada, veremos que se mencionan los "datos personales" y los "derechos fundamentales", pero no se habla de Internet. Esto es debido a que este derecho se formula, en un contexto previo a la propagación y normalización del uso de las redes de comunicación, como una regla para la gestión de la información personal de los individuos en el plano analógico, y su aplicación a las actividades en Internet se limita a extender dicha definición para que acoja a este, sin tener en cuenta sus peculiaridades.

No es hasta la sentencia del llamado "caso Google contra la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)" que ese establece una definición algo más clara para el concepto del Derecho al Olvido en Internet. A saber, a principios de 1998, un periódico español publica en su edición impresa unos anuncios relativos a la subasta de unos inmuebles relacionada con una sentencia de embargo por impago a la Seguridad Social. En los anuncios se menciona el nombre del afectado como propietario. Más tarde, con la aparición de la versión digital de este medio (La Vanguardia), la noticia es accesible para cualquiera a través de Internet. Así llegamos hasta el año 2009, tiempo después de que el asunto del embargo se hubiese solucionado, y el afectado hubiese saldado su deuda. Es entonces cuando este contacta con el periódico en cuestión para poner en conocimiento de la redacción que, al introducir su nombre en el buscador de Google, aparecen diversos resultados que enlazan con páginas del periódico *online* que muestran su nombre en la noticia del embargo. Esta persona considera que el asunto, zanjado ya

hace años, carece de relevancia y solicita la retirada de la noticia, o al menos de su nombre, del diario. La respuesta del periódico es que no pueden acceder a su petición, dado que la publicación se hizo en su día siguiendo órdenes de Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Poco tiempo después, el interesado realiza una solicitud a Google Spain para que, al introducir su nombre y apellidos en el buscador, no apareciesen en los resultados de búsqueda los enlaces a las noticias del periódico antes mencionadas. Google Spain por su cuenta, remite al afectado a la matriz de la empresa, Google Inc., con sede en California, pues entiende que es esta quien presta el servicio de búsqueda y no la filial española. Una forma de lavarse las manos, como ya hiciese La Vanguardia.

Ante las negativas tanto del periódico La Vanguardia como del buscador Google, el afectado interpone una reclamación ante la AEPD, solicitando que se exigiese a la editorial del diario la eliminación o modificación de la publicación para que no apareciesen sus datos personales. Así mismo, se solicitaba que Google dejase de indexar estos datos personales y de relacionarlos con los enlaces a la página web del rotativo.

Para no alargar demasiado este inciso, se puede resumir diciendo que el caso fue remitido al Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) quién, no sin mucho litigar, dictó sentencia mediante la resolución C-131/12, 13 de Mayo de 2014, en la que expone que será posible solicitar la retirada de enlaces presentes en los resultados de búsqueda cuando estos incluyan o se relacionen con el nombre o información relativos a una persona, viendo esta violados sus derecho de privacidad, por encima de los intereses públicos contenidos en esos resultados. La sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea en el caso Google contra la Agencia Española de Protección de Datos viene a reconocer el Derecho al Olvido en Internet, atribuyendo a los motores de búsqueda la responsabilidad de ponderar los intereses en juego en cada caso (y sin que se eliminen necesariamente los resultados en la web de origen), incluso si están sitos fuera de la Unión Europea, como es el caso de Google Inc.

Definido el Derecho al Olvido en Internet cabe preguntar si es esto realmente el derecho que defiende el honor y la privacidad de las personas en la Red. La respuesta es no, en absoluto: esta definición se limita a establecer un procedimiento de actuación que afecta única y exclusivamente a los motores de búsqueda, y no a otros servicios de la sociedad de la información (páginas web, foros o redes sociales, entre otros). Y más

aún, afecta a aquellos de los cuales se encuentren bajo la jurisdicción europea. Esta definición se queda, por tanto, muy limitada con respecto al amplio abanico de actividades y servicios que en la red se ofrecen y realizan.

Dada la ambigüedad manifiesta de este concepto, y su limitado radio de acción, el punto de vista de este trabajo es pues intentar extender su aplicación más allá de los motores de búsqueda para los que se dirige. Para ello se van a ofrecer y recopilar aquellos mecanismo que los diferentes servicios de la sociedad de la información tienen para permitir la aplicación de un Derecho al Olvido algo más amplio, así como aquellas legislaciones en las que es posible apoyarse para conseguirlo, a falta de una regulación común.

1.1.- Aspectos legales

Como se ha podido ver, la falta de una legislación común respecto al Derecho al Olvido en Internet, así como de una definición clara y polivalente del concepto, producen en el usuario una cierta indefensión en la red. La aplicación de este -mal llamado- derecho ha de aplicarse pues haciendo uso de un compendio de normas, leyes y herramientas existentes que pueden combinarse para dar apoyo a una solicitud de borrado de datos en Internet, aun cuando estas no fueron creadas con este fin. A continuación se presentaran, de forma resumida, la mayoría de ellas.

Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos¹:

constituye la norma de referencia sobre la que deben legislar los países miembros de la Unión Europea sobre la protección de las libertades y de los derechos fundamentales de las personas físicas y, en particular, del derecho a la intimidad, en lo que respecta al tratamiento de los datos personales².

¹ Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995 relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos. Diario Oficial de la Unión Europea. 23 de noviembre de 1995, núm. 281, pp. 31-50. Disponible en: <<http://bit.ly/1MMuXh5>>

² Artículo 1 de la directiva.

La vigente Ley Orgánica de Protección de Datos Española³:

tiene por objeto garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, y especialmente de su honor e intimidad personal y familiar⁴.

Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI)⁵:

pretende regular las actividades de los servicios de la sociedad de la información en el marco de la legislación española, así como el grado en que puede aplicarse a prestadores de servicio⁶ no afincados en la Unión Europea.

El respeto a la dignidad de la persona:

La Sentencia del Tribunal Constitucional STC 292/2000 comienza señalando que “la singularidad del derecho a la protección de datos, por un lado, su objeto es más amplio que el del derecho a la intimidad, ya que el derecho fundamental a la protección de datos extiende su garantía no solo a la intimidad en su dimensión constitucionalmente protegida por el art. 18.1 CE, sino a lo que en ocasiones este Tribunal ha definido en términos más amplios como esfera de los bienes de la personalidad que pertenecen al ámbito de la vida privada, inextricablemente unidos al respeto de la dignidad personal (STC 170/1987, de 30 de Oct., FJ 4) como el derecho al honor, citado expresamente en el art. 18.4 CE, e igualmente, en expresión bien amplia del propio art. 18.4 CE, al pleno ejercicio de los derechos de la persona”. Reiterando la doctrina que ya había establecido en anteriores sentencias, la STC 292/2000, se refiere a que el artículo 18.4 de la Constitución Española contiene un instituto de garantía de los derechos a la intimidad y al honor y del pleno disfrute de los restantes derechos de los ciudadanos que, además, es en sí mismo un derecho o libertad fundamental, el derecho a la libertad frente a las

³ Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. Boletín Oficial del Estado. España. 14 de diciembre de 1999, núm. 298, [consultado en su actualización del 31 de diciembre de 2003] Disponible en: <<http://bit.ly/1jnfVFZ>>

⁴ Artículo 1 de la Ley

⁵ Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico. Boletín Oficial del Estado. España. 12 de julio de 2002, núm. 166. Disponible en: <<http://bit.ly/1SUJpk>>

⁶ Prestador de servicios, es la persona física o jurídica que proporciona un servicio de la sociedad de la información. Se consideran prestadores de servicios de la sociedad de la información, conforme a la Exposición de Motivos de la Ley 34/2002, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico: los operadores de telecomunicaciones, los proveedores de acceso a Internet, los portales, los motores de búsqueda así como cualquier sujeto que disponga de un sitio en Internet.

potenciales agresiones a la dignidad y a la libertad de la persona provenientes de un uso ilegítimo del tratamiento mecanizado de datos, lo que la Constitución llama *la informática*. La sentencia hace referencia a continuación al contenido esencial del derecho fundamental a la protección de datos, afirmando que “la garantía de la vida privada de la persona y de su reputación poseen hoy una dimensión positiva que excede el ámbito propio del derecho fundamental a la intimidad y que se traduce en un derecho de control sobre los datos relativos a la propia persona. La llamada *libertad informática* es así derecho a controlar el uso de los mismos datos insertos en un programa informático (habeas data) y comprende, entre otros aspectos, la oposición del ciudadano a que determinados datos personales sean utilizados para fines distintos de aquel legítimo que justificó su obtención”.

El derecho al honor, la intimidad personal y familiar y a la propia imagen⁷:

Conforme al artículo 18.1 de la Constitución, los derechos al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen tienen el rango de fundamentales, y hasta tal punto aparecen realzados en el texto constitucional que el artículo 20.4 dispone que el respeto de tales derechos constituya un límite al ejercicio de las libertades de expresión que el propio precepto reconoce y protege con el mismo carácter de fundamentales.

El desarrollo mediante la correspondiente Ley Orgánica, a tenor del artículo 81.1 de la Constitución, del principio general de garantía de tales derechos contenidos en el citado artículo 18.1 de la misma constituye la finalidad de la presente ley⁸.

Código del Derecho al Olvido (Boletín Oficial del Estado)⁹:

El Código del Derecho al Olvido publicado por el Boletín Oficial del Estado es un documento que recopila normas y leyes de posible aplicación, con la finalidad de resolver algunas de las dudas sobre la aplicación de este concepto que afecta a la publicación de datos personales en Internet.

⁷ Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Boletín Oficial del Estado. España. 14 de mayo de 1982, núm. 115. Disponible en: <<http://bit.ly/1Yp1UYf>>

⁸ Introducción de la Ley

⁹ Código del Derecho al Olvido. Boletín Oficial del Estado, actualización del 25 de Septiembre. España. Disponible en: <<http://bit.ly/1Ral8ig>>

Resolución del Tribunal de Justicia Europeo (caso Google Spain)¹⁰:

contiene la resolución dictada por el TJUE en relación con el "caso Google contra la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)" de la que se extrae la norma de aplicación del Derecho al Olvido a los buscadores de Internet.

1.2.- Aspectos técnicos

1.2.1.- Las técnicas de indexación de Internet

La indexación web o indexación de Internet se define como los métodos utilizados para incluir en un índice de Internet el contenido de un sitio web. Este es el procedimiento que usan, por ejemplo, los motores de búsqueda: robots o arañas de rastreo (algoritmos de programación) que, automáticamente y partiendo de unos enlaces base, registran cada rincón de Internet, desplazándose de vínculo en vínculo para configurar grandes bases de datos que serán usadas en la búsqueda de palabras clave.

Por supuesto, el código y el funcionamiento concreto de estos robots de indexación no es de dominio público, pues afectaría seriamente a la ventaja competitiva de cada motor de búsqueda. Algo que si debe tenerse en cuenta es que estos programas informáticos están automatizados y realizan barridos de la red de forma periódica, actualizando las bases de datos de los buscadores con frecuencia. Como se apreciará más adelante, esto puede suponer un problema a la hora de hacer desaparecer datos de la red, pues un enlace eliminado de la base de datos puede reaparecer a las pocas semanas tras una nueva indexación.

1.2.2.- La descentralización de la red y la propagación de los datos

Internet no es un ente físico y único al que poder acudir, seleccionar algo y eliminarlo. No es algo que se pueda desconectar sin más. Está configurado como una inmensa red de equipos distribuidos por todo el mundo, los cuales proveen servicios, almacenan datos y los transfieren entre si y a los usuarios. Es precisamente esta descentralización -inherente al concepto mismo de la *World Wide Web*- la que propicia la dispersión de los datos por un gran número de localizaciones así como su replicación

¹⁰ TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA UNIÓN EUROPEA. *Caso Google Spain, S.L, Google Inc. / Agencia Española de Protección de Datos, Mario Costeja González (C-131/12)*. Sentencia de 13 de Mayo de 2014. Disponible en: <<http://bit.ly/1LvaWd4>>

progresiva. La información en Internet se propaga, se copia y se extiende, perdiéndose en muchos casos el control sobre ella.

1.2.3.- El tratamiento informatizado de los datos para obtener información: *big data* y *data mining*

La información es poder, y por tanto los datos de los usuarios tienen un valor. Los datos que se vierten en Internet, de forma voluntaria o no, constituyen la gran fuente de información del siglo XXI, y las empresas están muy interesadas en sacar partido de ella. Es por eso que es necesario hacer mención al concepto del *big data* o tratamiento informatizado de grandes cantidades de datos con el objetivo de obtener información valiosa y segmentada.

Con la aplicación de determinadas técnicas de minería de datos (*data mining*), estadística, análisis de texto, etc., se realiza un tratamiento a los datos que permite la extracción de información de muy diverso tipo: hábitos de consumo, preferencias personales de los usuarios, patrones de comportamiento en la red (como actúa un usuario en Internet ante determinados contenidos), etc.

El *big data* es pues una herramienta muy amplia y potente que puede, en muchos casos, atentar contra la privacidad y la intimidad de las personas que hacen uso de Internet.

2.- CONOCIMIENTO DEL ÁMBITO REAL DE APLICACIÓN DEL DERECHO AL OLVIDO EN INTERNET.

Es posible que, hasta el preciso momento en que la necesidad - o arbitraria decisión - de retirar alguna información personal de Internet aparece, no lleguemos jamás a plantearnos el alcance real de nuestras actividades en la red de redes. Esto es, nunca lleguemos a hacer balance, y por ende ser conscientes, del amplio abanico de posibles lugares donde podemos encontrar datos relacionados con nuestra persona, muchos de ellos alimentados, conscientemente o no, por nosotros mismos.

El uso de la autopista de la información que es Internet, sea cual sea el fin del mismo, no está exento de peaje, pagado con un tipo de divisa muy especial y valiosa: nuestros datos e información personal; y por supuesto, el tratamiento que se hace en la red de estos datos no es un tema baladí.

Como se ha introducido en el anterior capítulo, y con la vista puesta en la aplicación del Derecho al Olvido en Internet, que es el tema que ocupa este trabajo, es importante la realización de un barrido de la red en profundidad (en la medida en que esto es considerado como posible y no como una tarea mastodóntica, libre de barreras y sin límite definido). El objetivo de tal exploración es encontrar todos aquellos lugares en los que es posible encontrar información personal de un individuo (o persona jurídica, si se da el caso) sensible de ser eliminada. En el caso concreto de una persona física, el establecimiento de un perfil de usuario en Internet, que establezca los patrones de uso de la red y los lugares por los que se mueve el afectado, ayudará a establecer un pequeño esquema del que partir en esta búsqueda, y servirá además como un pequeño guión que oriente y delimita la tarea de la aplicación del Derecho al Olvido digital.

A continuación se muestran explicados la gran mayoría de lugares en los que potencialmente podemos encontrar datos personales relacionados con un individuo o una empresa; si bien alguno de ellos puede ser calificado como obvio y, quizás por ello, menos interesantes (lo que no les resta importancia), otros pueden resultar ciertamente curiosos a la par que insospechados.

2.1.- Buscadores

Para un gran porcentaje de usuarios de la red resulta impensable concebir el uso de Internet sin la mediación de un buscador; y es que realmente estos motores de búsqueda se han convertido en las herramientas básicas para la navegación por el entorno digital, entre la cantidad ingente de información que en él puede encontrarse.

Actúan como un índice en Internet: recopilan y ordenan la información de prácticamente la totalidad de la red (nunca podemos afirmar que los motores de búsqueda atesoren el 100% del conocimiento en la red pero se acercan bastante), y proporcionan una herramienta de búsqueda sencilla y muy útil para el usuario.

El funcionamiento general de los motores de búsqueda en cuanto al modo de recopilar la información que luego muestran en las páginas de resultados, así como los avances en las tecnologías de búsqueda semántica¹¹ y relación de conceptos, hacen que mediante un buscador sea posible encontrar casi prácticamente cualquier información relacionada con un concepto, individuo o empresa, incluyendo los datos personales de estos últimos.

Por regla general, los motores de búsqueda no proporcionan información directa al usuario; en su lugar, seleccionan una serie de enlaces a sitios de terceros que coinciden con los criterios de búsqueda del usuario. Los motivos por los que aparecen más o menos resultados, con una precisión variable y un diferente grado de detalle son múltiples. El más obvio: la cantidad de información existente sobre el concepto buscado que ha sido indexada (si no existe, no puede aparecer). Otros motivos: económicos (las empresas pagan por el posicionamiento en los resultados de búsqueda), el bloqueo de ciertas páginas web a ser indexadas (mediante el uso de sistemas de usuarios cerrados o ficheros de exclusión robot.txt¹²), la popularidad que adquiere un concepto mediante las búsquedas de otros usuarios, etc.

¹¹ La búsqueda semántica hace uso de las redes semánticas con el objetivo de desambiguar las búsquedas de los usuarios y hacerlas más completas, pudiendo ofrecer resultados más acordes con lo que se está solicitando. Básicamente se trata de no solo realizar una búsqueda basada en un concepto, sino en el significado completo de la expresión (contexto, sentido y significado). Ver: <http://www.w3c.es/Divulgacion/GuiasBreves/WebSemantica>

¹² Los ficheros *robot.txt* hacen uso del llamado Estándar de exclusión de robots o protocolo de exclusión de robots y son ficheros incluidos en la raíz de un sitio web con la intención de evitar que los *bots* de rastreo, como los que son usados por los motores de búsqueda para indexar las páginas web, puedan acceder al sitio en cuestión o a partes del mismo. Ver: <http://www.robotstxt.org/>

Por todo esto, hay motivos suficientes para considerar a los motores de búsqueda los grandes archiveros de la era digital, al estilo de los antiguos y analógicos archivos en papiros y documentos físicos de las grandes bibliotecas del mundo¹³. Pero hay algo que los distingue de estos últimos: la perpetuidad de la información. Si hay algo que proporcionan de forma realmente eficaz es memoria; memoria prácticamente eterna y con una extremada facilidad de propagación y divulgación.

Una información volcada en la red constituye por sí sola memoria. Una información en la red e indexada por un buscador es memoria viva, fácilmente recuperable en cualquier momento de la vida, aun cuando la validez y/o el contexto en que fue publicada haya prescrito o dejado de tener vigencia o relevancia.

Como se exponía en la primera sección de este trabajo en relación con el respaldo legislativo y legal que ampara el llamado Derecho al Olvido en Internet, se va a exponer de forma clara la posibilidad real que existe en cuanto a la eliminación de datos en lo que a un buscador se refiere.

En ningún otro ámbito de entre los expuestos en este trabajo está tan clara la ley y su interpretación como en este punto, pues es precisamente para el problema de los buscadores que nacen las disposiciones legales concretas que se nombran con el calificativo de Derecho al Olvido. Así pues, y con el apoyo de la resolución del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (C-131/12, 13 de Mayo de 2014), será posible solicitar la retirada de enlaces presentes en los resultados de búsqueda cuando estos incluyan o se relacionen con el nombre o información relativos a una persona, viendo esta violados sus derecho de privacidad, por encima de los intereses públicos contenidos en esos resultados.

Ahora bien, hay que tener en cuenta la posibilidad de que la petición realizada sea desestimada al entenderse que los enlaces que desean retirarse hacen alusión a información real y valida, cuyo interés público se encuentra por encima del interés privado (Libertad de información¹⁴, Libertad de expresión y de información¹⁵). Es por

¹³ El Archivo de Indias, que centraliza la información referente a la administración de las colonias españolas (Carlos III), cuenta con unos 80 millones de páginas de documentos originales distribuidos a lo largo de 8 kilómetros de estanterías; la famosa Biblioteca de Alejandría, contaba con aproximadamente 900.000 manuscritos; Google indexa hoy en día más de 60 trillones de sitios web (no páginas), y ofrece más de 15 millones de libros escaneados. Y no es el único.

¹⁴ Constitución Española (Artículo 20.1.d). Libertad de información: "se reconoce y protege el derecho a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión".

esto que, como se verá en el capítulo dedicado a las técnicas y procedimientos para aplicar el Derecho al Olvido en los buscadores, las empresas detrás de estos motores de búsqueda tienen comités especializados que realizan una valoración y ponderación entre Libertad de Expresión y De Libre Información y el Derecho a la Intimidad¹⁶.

Por último, cabe señalar, con la intención de aclarar este punto completamente, que la aplicación del Derecho al Olvido a los motores de búsqueda afectará, en caso de admitirse la demanda, únicamente a la lista de enlaces mostrados al público; esto es, la información que se encuentra vertida y reflejada en la red detrás de cada uno de esos enlaces y alojada en sitios de terceros no será eliminada, por lo que podrá seguir siendo accesible por otras vías (dirección web - URL - directa).

2.2.- Las redes sociales y la web colaborativa (web 2.0)

En los comienzos de Internet, y hasta no hace demasiado, la web ofrecía contenido mayoritariamente, por no decir únicamente, estático; tan sólo se podía acceder a la información que alguien había decidido publicar, programada casi en exclusiva en el Lenguaje de Marcas de Hipertexto (*HTML, Hyper Text Mark Language*). Únicamente era posible consultar lo que había.

Este tipo de web, era usada como un medio de comunicación a gran escala, a través del cual los medios de comunicación tradicionales, las administraciones, las empresas e incluso algunos particulares informaban, comunicaban y ofrecían la venta de productos. Se ofertaban servicios, pero no se permitía la interacción con el usuario. No existía un *feedback* entre el consumidor y el productor, y mucho menos entre los mismos usuarios. Era la denominada web 1.0.

¹⁵ (1)Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (Artículo 19.2). Libertad de Expresión: "toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección"; (2) Carta de Derechos fundamentales de la Unión Europea (Artículo 11). Libertad de expresión y de información: "toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. Se respetan la libertad de los medios de comunicación y su pluralismo".

¹⁶ Por poner un ejemplo llamativo, Google rechaza aproximadamente el 40% de las peticiones de retirada de enlaces de sus resultados de búsqueda en España alegando diferentes motivos. BLANCO, Adrián. Google rechaza el 41% de las peticiones de "derecho al olvido" de los españoles. *El Confidencial* [en línea]. 21 de julio de 2015. Disponible en <<http://bit.ly/1ljUgzQ>>

Tiempo después, la web evolucionó hacia un nuevo paradigma que, si bien no supone realmente una nueva versión de la *World Wide Web* en cuanto a especificaciones técnicas se refiere, actualiza el modo en el que tanto los desarrolladores de software como los usuarios la utilizan.

Así, el término web 2.0, acuñado por Tim O'Reilly¹⁷, hace referencia a una web colaborativa, en la que el usuario es capaz de crear contenido y compartirlo, interactuando con otros usuarios en tiempo real, de forma pública y sin censura o control aparente. Hasta el momento, un usuario tenía la posibilidad de publicar en la web 1.0 contenido original, si bien debía hacerlo por unos canales bien acotados inevitablemente ligados a la posibilidad de una censura previa (impuesta por el medio o canal de publicación). Además, se requería un tiempo entre que el contenido era pensado, creado, revisado - y modificado según los criterios parciales del editor (creencias políticas, religiosas y de diversa índole) - y finalmente publicado. Existía pues un elemento espacio-temporal prácticamente ineludible.

La web 2.0 o web colaborativa rompe con estas barreras y revoluciona por completo la experiencia de la navegación por Internet.

Introducido el concepto general de la web colaborativa, es posible hablar de un tipo muy especial de esta, que sin duda ha cosechado un gran éxito y aceptación en la historia de Internet: las redes sociales.

Se puede definir red social como aquellos servicios web que permiten a los usuarios construir un perfil público (entendiendo público como concepto de exposición a terceros, no de posesión comunitaria), crear y visualizar una lista de otros usuarios de dicho sistema con los que poder interactuar y compartir información, así como poder visualizar otras listas de usuarios creadas en el sistema por otros individuos (crear, ver y articular una lista de amistades)¹⁸.

¹⁷ El término fue presentado por Tim O'Reilly, fundador y presidente de O'Reilly Media, en el año 2004 durante el transcurso de una serie de conferencias organizadas por esta compañía (Web 2.0 Conference). Presentación de la conferencia disponible en Internet (10 de mayo de 2004): <http://bit.ly/1Q8ZGcF> Posteriormente publicó un artículo sobre el tema que puede leerse en la página web de O'Reilly Media: <http://oreil.ly/1ThKgmc>

¹⁸ Definición propuesta por otros autores: "We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site". D. BOYD y N. ELLISON: "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship",

Es en estas donde mayor es la exposición pública de la vida privada. Fotografías, vídeos, datos personales, etc., son publicados a diario en estas redes, compartiéndose con miles de usuarios, obviándose en muchos casos que toda esta cantidad de información no es inocente y está, en mayor o menos medida, estrechamente relacionada con nuestra vida privada fuera del entorno virtual.

A la perpetuidad para los datos que otorga la red, hay que sumar el riesgo añadido presente en las redes sociales de la descontextualización de la información: una fotografía o comentario hechos en un momento determinado, con una carga emocional concreta, así como un objetivo y una relevancia ligada a un periodo temporal, que puede ser rescatado años después de que su importancia asociada al contexto se perdiere, pudiendo comprometer o condicionar la situación presente o futura del usuario que hizo dicha publicación¹⁹.

Centrándonos ya en el asunto del Derecho al Olvido, cabe realizar una distinción en cuanto al modo en que los datos han sido publicados en las redes:

Por una parte tenemos la información personal (fotografías, vídeos, texto, etc.) que un usuario publica personalmente en una red social, es decir, existe un consentimiento explícito a que esos datos sean tratados por un sistema web. En este caso, atendiendo al artículo 6.3 de Ley Orgánica de Protección de Datos²⁰, se prevé la posibilidad de revocar dicha información cuando existan causas justificadas. Es decir, que en el marco de una red social, los usuarios podrán ejercitar el derecho a la cancelación y/o rectificación de la información publicada. Se incluye en este caso, el supuesto en el que la información es publicada en la red por un tercero, previo consentimiento del afectado. Se añade además el respaldo que proporciona el Artículo 17.1 del Reglamento de Desarrollo de la LOPD el cual indica que la revocación deberá

Journal of Computer-Mediated Communication, núm. 13, 2007, art. 11. Disponible en: <<http://bit.ly/1MTBian>> (fecha de consulta: 24 de Septiembre de 2015)

¹⁹ Ver como ejemplo el caso del concejal de cultura de "Ahora Madrid" Guillermo Zapata y su polémica por unos *tweets* sarcásticos y de humor negro publicados en torno al año 2011, y que le costaron una imputación (que finalmente fue archivada) y el cargo. (1) GARCIA GALLO, B. Zapata dimite como edil de Cultura por el 'dolor generado' por sus tuits. *El País* [en línea]. 15 de julio de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1XrV7A0>>; (2) J. PEREZ, F. La Audiencia obliga al edil Zapata a declarar por humillación a las víctimas. *El País* [en línea]. 1 de octubre de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1YDrrNv>>; (3) AUDIENCIA NACIONAL. JUZGADO CENTRAL DE INSTRUCCION UNO. D. PREVIAS 86/2015. 2 de julio de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1YDrIzU>>

²⁰ "El consentimiento a que se refiere el artículo podrá ser revocado cuando exista causa justificada para ello y no se le atribuyan efectos retroactivos". art 6.3 LOPD. Disponible en: <<http://bit.ly/1jnfVFZ>>

poder hacerse "a través de un medio sencillo, gratuito y que no implique ingreso alguno para el responsable del fichero o tratamiento"²¹.

Por otra parte encontramos información sobre un individuo publicada sin el consentimiento de este; es decir, imágenes, videos, textos, etc., que contienen datos o están relacionados con la vida privada del sujeto y que han sido publicados por terceros sin que este haya prestado su consentimiento explícito. Es el caso de, por ejemplo, una fotografía no publicada con anterioridad por el afectado que aparece en un red social de un tercero sin que este cuente con el consentimiento pleno para el tratamiento de dichos datos.

En este caso, atendiendo al ámbito del derecho fundamental a la protección de datos, podemos afirmar basándonos en el Artículo 6.1 de la LOPD, que el afectado podrá reclamar la cancelación y/o rectificación de toda información que pueda afectar a su privacidad²².

Sin embargo, y pese a todo lo anterior, resulta necesario remarcar en última instancia que los mecanismos de apoyo mencionados carecen de efectividad real frente al problema de la perpetuidad de la información en la red; todos ellos carecen de sentido o relevancia cuando, durante el tiempo que ha permanecido disponible en la red, la información ha podido ser descargada en dispositivos particulares o copiada a otros formatos que hacen imposible la eliminación total de la misma.

Finalmente, cabe mencionar un último y curioso caso de presencia de información personal en las redes sociales: aquellos datos de cualquier índole (preferiblemente fotografías y elementos multimedia) que aparecen publicados en plataformas web clónicas de otras páginas web o aplicaciones oficiales. Es el problema derivado del uso de las APIs (*Application Programming Interface*) del que se hablará en el siguiente punto.

²¹ "El afectado podrá revocar su consentimiento a través de un medio sencillo, gratuito y que no implique ingreso alguno para el responsable del fichero o tratamiento. En particular, se considerará ajustado al presente reglamento el procedimiento en el que tal negativa pueda efectuarse, entre otros, mediante un envío prefranqueado al responsable del tratamiento o la llamada a un número telefónico gratuito o a los servicios de atención al público que el mismo hubiera establecido". art 17.1 Reglamento de desarrollo de la LOPD. Disponible en: <<http://bit.ly/1Ier5J9>>

²² "El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la ley disponga otra cosa". art 6.1 LOPD.

2.2.1.- El problema de las APIs

Se ha hablado ya del tratamiento que puede hacerse de los datos personales en la web colaborativa y en especial en las redes sociales, tratando el tema tanto desde el punto de vista de la información que es publicada bajo supervisión, como aquella que es tomada y colgada por terceros sin consentimiento.

En este apartado vamos a tratar un peculiar punto de vista que escapa de alguna forma a estos supuestos comentados, pero bien podría englobarse en el caso de la publicación de información por parte de terceros. Sin embargo, resulta lo suficientemente curiosa como para merecer un apartado propio. Es, como se indica en el título, el problema de las APIs (*Application Programming Interface*)²³.

Con el auge de las redes sociales y las aplicaciones móviles, el uso de estas librerías de funciones se ha extendido y popularizado. La gran mayoría de redes sociales deciden apostar por permitir la integración de sus productos con otros de desarrollo particular como páginas web, bitácoras u otras aplicaciones para dispositivos. De esta forma, no es necesario acceder a la plataforma original para obtener parte de la información allí contenida, sino que puede mostrarse en otros lugares, más o menos sesgada y adaptada al motivo y objetivo del sitio donde se incrusta.

La existencia de estas librerías de funciones para desarrolladores propicia la aparición de páginas clónicas de las plataformas oficiales de las más populares redes sociales. Esto es, sitios web en los que cualquier usuario de la red puede encontrar y consultar información extraída de otras redes sociales sin, en principio, tener la necesidad de ser miembro de esta.

Sin nombrar el caso de ninguna red en particular, puede ejemplificarse esto de la siguiente manera: una red social cualquiera, cuyo diseño e implementación está pensado para ser un sistema de usuarios cerrado, esto es, al que no puede accederse sin registro previo y del que no se pueden obtener datos sin ser miembro. La información contenida en esta red (fotografías, vídeo, texto, etc.) es pública, si, pero para un número más o menos reducido de usuarios autorizados (en el peor de los casos, todos aquellos con una

²³ "In computer programming, an application programming interface (API) is a set of routines, protocols and tools for building software applications (...)" . Colaboradores de Wikipedia. *Application programming interface* [en línea]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1NYzNaY>>. Una API representa pues la capacidad de comunicación entre componentes de software. De esta forma, los programadores hacen uso de las funcionalidades proporcionadas por la API, evitándose el trabajo de programar determinadas rutinas desde el principio.

cuenta en dicha red). Sin embargo, esta red social proporciona herramientas para desarrolladores de software: una API. De este modo, cualquier particular interesado en la programación y con conocimientos en esta y el funcionamiento de las funciones de la librería, podrá construir su propia página web o aplicación que beba de los datos de la original. Así nos encontramos de repente con que, lo que en un principio era una información pública pero restringida y acotada, es ahora de dominio público general. Incluso se encuentra, en ocasiones, que ahora la información que puede obtenerse es incluso mayor: muy probablemente, los motores de búsqueda habrán indexado estas páginas web clónicas, de forma que una simple búsqueda mediante un nombre propio o de usuario dará acceso a plataformas web clónicas en las que será posible consultar las fotografías, vídeos, texto, listas de amigos y usuarios, interacción con estos, etc., de dicho usuario.

Ejercer el Derecho al Olvido en estos casos puede resultar una tarea de extremos: algo realmente sencillo o una labor enrevesada y difícil de llevar a cabo. No es objetivo de este capítulo detallar los procedimientos existentes para llevar a cabo este derecho, máxime cuando es algo particular de cada red social o plataforma. Sin embargo, podemos indicar de forma general los mecanismos disponibles para el usuario. A saber:

Muchas de las redes sociales más populares permiten la opción de cerrar el perfil del usuario y restringir el acceso únicamente a la lista de amigos autorizados por este. Por lo general, ajustar debidamente los parámetros de privacidad en este sentido evitan el acceso de estas páginas clónicas a los datos e información concretos de los perfiles; si bien es cierto que no se evita que las web clónicas puedan crear un perfil de usuario para nuestra cuenta, al menos este no contendrá información visible.

Por otra parte, y siguiendo con la recomendación de configurar correctamente los parámetros de seguridad de las cuentas de usuario, la revocación de los permisos a aplicaciones o páginas de terceros ajena a la red social oficial puede evitar una gran parte de los accesos desde estas web. Nos referimos a páginas o aplicaciones que prometen información sobre quien visita o no nuestro perfil, ofrecen estadísticas sobre nuestros amigos, o añaden supuestas funcionalidades a la red social.

Por último, existe la posibilidad de que todo lo anterior no sea eficaz al 100%. En este caso, siempre queda la opción de realizar un barrido por la red en busca de estas páginas que tienen y muestran nuestra información, para realizar de forma individual la

petición de retirada de la información a los responsables de las mismas. Se encontrarán en algunos casos, páginas que cuentan con su propio mecanismo de retirada de datos, para lo que únicamente es necesario acceder como se haría en la red social original y proceder a su borrado; en la otra cara de la moneda, se verán páginas que no cuentan con estos mecanismos, y a las que habrá que realizar la petición por escrito mediante algún tipo de formulario o email de contacto.

2.3.- La web en general, los medios de comunicación *online* y la administración pública. El derecho a ser informado vs. el Derecho al Honor y la Intimidad.

Una vez introducido el tema de Derecho al Olvido que puede aplicarse sobre los motores de búsqueda, puerta de entrada a la información en Internet, es necesario hacer especial hincapié en un detalle anteriormente nombrado: la aplicación del Derecho al Olvido sobre resultados de búsqueda no acaba con el problema, pues la información sigue siendo pública y accesible por otros medios (otros buscadores, directorios de noticias, enlaces directos, etc.).

Una aplicación más o menos eficiente del Derecho al Olvido en Internet pasa no sólo por solicitar la retirada de los resultados de búsqueda que ofrecen acceso a la información, sino también (y mucho más importante) por tratar de que los proveedores de esa información la retiren de su alojamiento original, lugar desde el que es indexada por los motores de búsqueda. Si una información potencialmente eliminable desaparece de su emplazamiento original -el foro, sitio web, red social, etc. donde se encuentra alojada- esta desaparecerá al poco tiempo de los resultados de búsqueda de todos los motores de idem, a medida que los robots de rastreo sustituyan el actual escaneo de la web, por el nuevo. De esta forma, se consigue matar dos pájaros de un tiro: la información desaparece *completamente* (nunca se podrá asegurar que esta no ha sido replicada o copiada en otro medio), y se evita tener que realizar peticiones de borrado a los múltiples motores de búsqueda que más adelante se verá existen.

Sobre este aspecto del Derecho al Olvido en Internet surge un pequeño conflicto cuando se trata de introducir y aplicar no en una página web común (un blog, un foro, etc.) sino cuando la información que se intenta eliminar se encuentra alojada en la edición electrónica de algún medio de comunicación. Periódicos, radios, canales de televisión... todos, o la gran mayoría, cuentan con versiones electrónicas en las que

aparecen reflejadas las noticias que se difunden por el medio común, e incluso todavía más puesto que Internet facilita una actualización continua de los sucesos y novedades casi al minuto de producirse. ¿Hasta qué punto es lícito que un medio de comunicación acceda al borrado de información bajo la petición de un individuo? ¿Dónde queda el derecho del resto a ser debidamente informados, más aún cuando la información afecte a un público más extenso que una única persona? Surge aquí el conflicto, anteriormente introducido, entre el Derecho al Honor y la Libertad de Información.

La errónea ponderación entre estos dos derechos fundamentales ha propiciado que buscadores como Google hayan eliminado de sus resultados de búsqueda enlaces a noticias relacionadas con, por ejemplo, el terrorismo de ETA²⁴. Sin embargo y por el contrario, el medio que publicaba estas noticias, realizando un correcto balance entre ellos, decidió que el contenido de los artículos era lo suficientemente importante (y veraz) como para permanecer publicado. Así pues, el buscador no permitirá que sean encontrados pero existen, de modo que podrán ser vistos mediante los buscadores internos de los medios de comunicación, los enlaces directos, etc.

Para realizar un correcto balance entre derechos a la hora de estimar la legitimidad de una solicitud de Derecho al Olvido, se debería atender a una serie de parámetros con respecto a la información. A saber:

¿Es veraz?

Veraz no quiere decir real, aunque también puede interpretarse en ese sentido. Sin embargo, en lo que a una noticia se refiere, la veracidad se da aun cuando la información no sea real, siempre que esta haya sido diligentemente obtenida.

¿Resulta de interés general?

La información debe resultar relevante para un público más allá del individuo o grupo afectado, de modo que se considere que prima el derecho a estar informado por encima del Derecho al Honor del solicitante.

En este aspecto, la Jurisprudencia reconoce un ámbito de protección más limitado a los personajes públicos, debido a que su exposición se considera inherente a la actividad que desempeñan.

²⁴ EP. Google borra noticias sobre ETA por el 'derecho al olvido'. *El País* [en línea]. 6 de noviembre de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1NiB9Nd>>

¿Contiene informaciones injuriosas o vejatorias?

Insultos, acusaciones infundadas u opiniones lejos de la imparcialidad y que tiene como objetivo la degradación en algún sentido del afectado.

La misma cuestión puede ser aplicada al último de los casos que quedan por mencionar en este apartado: los documentos de la administración pública accesibles por Internet. El uso cada vez más extendido de la red de redes ha propiciado la modernización de muchas de las sedes de la administración pública, permitiendo al ciudadano realizar gran parte de las gestiones vía electrónica. Además, en el caso de España, las ediciones electrónicas de los Boletines Oficiales (Estado, Comunidades, Provincias, etc.) han sustituido a las impresiones en papel -para beneficio de las arcas públicas y el medio ambiente-, facilitando además la rápida búsqueda de cualquiera de sus números desde cualquier lugar con una conexión a Internet.

Como con el contenido de cualquier fichero electrónico, con los Boletines Oficiales reaparece el problema de la indexación de la información por parte de los buscadores, lo que puede dejar al descubierto en este caso información muy personal de los ciudadanos: Documentos Nacionales de Identidad (DNI, NIE), nombres completos, direcciones... cualquier información que identifica a un ciudadano que se presenta a una oposición pública de empleo, realiza algún trámite de licitación, incurre en un delito de tráfico con sanción, etc. y cuyo resultado es publicado en estos boletines. Para evitar este primer escollo a la privacidad personal, la Agencia Española de Protección de Datos tomó cartas en el asunto estableciendo, resolución mediante, la obligatoriedad de que los Boletines Oficiales bloqueen en la medida de sus posibilidades²⁵ la indexación por parte de los motores de búsqueda haciendo uso de los ficheros de exclusión *robot.txt*²⁶. De esta forma se intenta evitar que una simple búsqueda deje al descubierto este tipo de datos.

La solicitud directa para la eliminación de datos personales a los Boletines Oficiales es un trámite que se dejará para la sección correspondiente del capítulo

²⁵ El cumplimiento del bloqueo a la indexación por parte de los motores de búsqueda mediante un fichero *robot.txt* no es una obligatoriedad, sino una práctica de buena voluntad por parte de estos, que es fácilmente obviaible.

²⁶ REVENTÓS, Laia y DELCLÓS, Tomás. El BOE, obligado a impedir el rastreo de los buscadores. *El País* [en línea]. 7 de julio de 2011. Disponible en: <<http://bit.ly/1SnInnx>>

dedicado a la aplicación de las técnicas y procedimientos para el ejercicio del Derecho al Olvido en Internet.

2.4.- Servicios como Servicio (*SaaS*). Los servicios gratuitos y la nube.

Si hay algo que la mayoría de la gente tiene claro al hacer uso de Internet es que si algo puede obtenerse gratis ¿por qué se va a pagar por ello?. En el caso de la computación en la nube, o los servicios *cloud*, esta máxima es seguida al pie de la letra. Aunque el uso de estas plataformas no es algo nuevo, sí que es en los últimos años cuando se ha producido el más notable aumento en la demanda de este tipo de servicios. Correos electrónicos, servicios de almacenamiento en línea, compartición y edición de ficheros *online*, pasarelas de pago en tiendas *online*, etc. Decenas de servicios que las compañías ofrecen de forma gratuita para cubrir las necesidades que van surgiendo con el avance de la tecnología. La utilidad de estos servicios es indudable, pero ¿son tan gratuitos como pueden parecer? ¿Son de verdad tan seguros como se tiende a pensar?

En este punto se debería hacer una sencilla reflexión para responder a la pregunta: las compañías de Internet que ofrecen estos servicios son empresas. El objetivo de una empresa es única y exclusivamente obtener beneficio económico de sus actividades. El beneficio económico no se obtiene regalando nada. Entonces ¿dónde está el negocio? El negocio sin duda es el consumidor, y la información que este aporta y que de este se obtiene al hacer uso de los servicios gratuitos que las empresas ofrecen en la red. Para simplificarlo: los correos electrónicos son leídos²⁷ para obtener información estadística y de consumo, los documentos son analizados en busca de información e intereses, e incluso las imágenes pueden ser estudiadas y, en algunos casos, utilizadas²⁸.

²⁷ Por poner un ejemplo, es de común conocido que Google utiliza su servicio de correo electrónico Gmail para obtener información estadística sobre hábitos de consumo e intereses. Una serie de robots analizan la correspondencia para obtener datos que más tarde serán usados para ofrecernos publicidad personalizada. "Nuestros sistemas automatizados analizan tu contenido (incluidos los correos electrónicos) para ofrecerte funciones de productos que sean relevantes para ti, como resultados de búsqueda y anuncios personalizados, y detección de software malicioso y spam. Este análisis se realiza cuando el contenido se envía, se recibe y cuando se almacena." <http://www.google.com/policies/terms/>

²⁸ Los términos y condiciones del servicio de almacenamiento en la nube (Drive) y edición de ficheros en línea (Docs) de Google exponen sin ningún tipo de tapujos que todo el contenido que se comparte utilizando estas plataformas pasa a estar bajo unos términos muy especiales de licencia, donde el autor mantiene sus derechos, pero otorga a Google plenas libertades para utilizar esta información así como distribuirla, modificarla e incluso publicar trabajos derivados. "Al subir, almacenar o recibir contenido o al enviarlo a nuestros Servicios o a través de ellos, concedes a Google (y a sus colaboradores) una

¿Quiere decir esto que un servicio de pago ofrece más seguridad y privacidad que uno gratuito? La respuesta es no... pero. Un servicio de pago siempre estará sujeto a unas condiciones contractuales algo más estrictas y beneficiosas para el cliente (usuario de pago), y por ende la empresa no tomará tan en serio la tarea de obtener información indirecta del usuario, dado que este ya proporciona un ingreso directo con su afiliación al servicio.

No puede certificarse pues la existencia de una brecha diferenciadora entre la garantía en cuanto a la privacidad de que ofrece un servicio de pago frente a uno gratuito, pero si puede afirmarse que "cuando algo es gratis, el producto eres tú".

2.5.- Aplicaciones de mensajería

El uso de aplicaciones de mensajería instantánea, tanto para teléfonos móviles inteligentes (*Smartphone*) como en su versión para otros dispositivos (versiones de escritorio, complementos en navegadores o como parte de otras redes sociales, etc.), es un hábito que se ha extendido a nivel mundial en los últimos años. Tanto es así que han conseguido revolucionar el modo en que los usuarios se comunican, obligando a las operadoras de telefonía tradicionales a evolucionar, suprimiendo el costo de algunos de sus productos estrella -avocados a la desaparición, como es el caso de los SMS (*Short Message Service*)- en favor de otros con mayor aceptación como las tarifas de datos móviles. Estas tarifas que permiten el uso de la red de datos móvil para la comunicación, permiten el uso de múltiples aplicaciones de mensajería instantánea que son usadas a diario por millones de usuarios.

Si bien es cierto que las ventajas que ofrecen estas aplicaciones son numerosas, también es necesario apuntar el elevado riesgo que suponen para la privacidad del usuario. La encriptación 100% segura de los mensajes enviados es un reto todavía

licencia mundial para usar, alojar, almacenar, reproducir, modificar, crear obras derivadas (...), comunicar, publicar, ejecutar o mostrar públicamente y distribuir dicho contenido."
<http://www.google.com/policies/terms/>

Sobre este tema recibieron también en su día críticas los servicios ofrecidos por Microsoft (SkyDrive/OneDrive) y Dropbox, quienes tuvieron que modificar sus Términos y Condiciones. "Al usar nuestros Servicios, nos entregas información, archivos y carpetas que envías a Dropbox. Tú mantienes completa propiedad de tus cosas. No clamamos ninguna propiedad sobre nada. Estos Términos no nos dan derecho a tus cosas o propiedad intelectual, *excepto por los derechos limitados que son necesarios para correr el Servicio*"

pendiente, y ya han sido muchas las voces²⁹ que han alertado de la vulnerabilidad de algunas de las aplicaciones más usadas.

El riesgo inherente al uso de estos servicios de comunicación es similar al de otros puntos planteados con anterioridad en este trabajo, con una salvedad: en este caso no existen mecanismos que garanticen mínimamente el Derecho al Olvido.

El modo de funcionamiento que tienen estas aplicaciones hace imposible la eliminación con garantías de la información que es enviada: un mensaje que sale del terminal llega al usuario destino, no sin antes haber sido almacenado en uno o varios servidores intermedios de los que poco se conoce. En estos casos, no hay forma de saber con exactitud si el mensaje será eliminado de dicho servidor al cabo de un cierto tiempo, o si será almacenado de por vida.

Por otro lado, existe el problema del qué hará el destinatario la información que se le envía, pues el borrado del mensaje desde el dispositivo origen no implica su eliminación en el dispositivo del otro usuario, más aún cuando este ha podido replicarlo en otros dispositivos o realizar las copias que considere oportuno.

Únicamente se puede sugerir precaución y sentido común a la hora de usar las aplicaciones de mensajería, siendo conscientes de que tipo de información se envía y a quien.

2.6.- Herencias digitales

Nuestra actividad y presencia en la red ha alcanzado una importancia tal que puede decirse que tenemos una *vida digital* además de la *vida real*. Esta vida en la red, puede ir acorde o no a las actividades que diariamente realizamos en el mundo real (compuesta de aquellos aspectos de la vida propiamente dicha que decidimos compartir, o como algo paralelo e independiente), pero ambas están inequívocamente ligadas, pues un perfil virtual siempre tiene detrás a una persona real de la que se nutre en cuanto a información se refiere.

Durante todo (o gran parte de) este periodo, alimentamos esta vida virtual y construimos, a sabiendas o no, una reputación. Lo que decimos, lo que pensamos, las

²⁹ Sirvan a modo de ejemplo las brechas en la seguridad encontradas en aplicaciones tan conocidas como *WhatsApp* o *Snapchat*, que han permitido el robo de gran cantidad de información no autorizada por los usuarios.

opiniones que vertimos amparados en la aparente (y falsa) inocuidad de la red, las fotografías que compartimos... en resumen, el compendio de nuestra actividad en Internet, y más concretamente en las redes sociales, pueden suponer el día de mañana un legado igual de tangible, comprobable y perenne, si no más, que el que tendríamos fuera del plano virtual.

En esta vida real de la que se habla, nos hemos hecho cargo de preparar y disponer todo lo necesario para que, cuando llegue el final de nuestro tiempo, nuestros familiares y más allegados sepan qué hacer con nosotros y todo aquello que, de forma material o no, nos rodea. Entonces ¿por qué no habríamos de preocuparnos de prepararlo todo de igual forma en el plano digital?

Resulta curioso como la gran mayoría de la gente no se para a pensar en ello, y muchos de los que si lo hacen opinan que es una tremenda estupidez por la que no hay por qué preocuparse. Pues bien, no pueden estar más equivocados. Puede que no resulte un tema fácil de tratar, e incluso suene frívolo, pero es importante hacerlo.

Por lo general, a nadie le gusta, días, semanas o meses después del fallecimiento de un ser querido, que la red social de turno le notifique por todo lo alto la llegada de su cumpleaños o que está a punto de superar su puntuación en aquel juego tan popular. No debe resultar del agrado de estos familiares cercanos, o amigos afines, las felicitaciones en el *muro* del difunto por parte de algún despistado, o las etiquetas en inoportunas fotos-homenaje.

De igual forma, puede no resultar grato en absoluto (sin entrar en debates morales) para una madre o un padre descubrir, navegando por casualidad por la red, que su hijo/a tristemente fallecido/a mantenía un perfil activo en una red social dedicada al intercambio de fotografías de carácter íntimo, o material sensible de algún tipo.

Sea como sea el caso, el problema se presenta cuando, desaparecido el dueño de estos perfiles, de esta vida y reputación en Internet, familia y allegados se encuentran con la imposibilidad de retirar esa información de la red, puesto que no son los titulares de la misma.

En primer lugar, se debe hacer una diferenciación en cuanto al tipo de legado digital al que nos enfrentamos: por un lado se encuentran todas las cuentas de correo electrónico, perfiles en redes sociales, plataformas de pago, etc.; por otro, aquellos servicios que se han alquilado o adquirido digitalmente en vida. Hablamos en este punto

de colecciones de música y vídeo *online* (entre otras) por las que se ha pagado, libros en formato electrónico, etc.

Se ha de apuntar en relación a estos últimos que, en muchos casos, como bien se expresa en los famosos Términos y Condiciones³⁰, suponen un compendio de servicios - y no productos- por cuyo alquiler -y no compra- se está pagando. En muchos de estos servicios³¹ se indica explícitamente la imposibilidad de legar o prestar estos "productos" pues su uso se debería limitar al estricto cumplimiento del contrato que vincula a prestador y cliente.

Empezando por estos últimos, como ya se habrá podido deducir, la gestión de la herencia de los servicios contratados en Internet no podrá hacerse en el caso de que estos cuenten con cláusulas contractuales del tipo de las mencionadas. Otro tema aparte será el caso en el que el afectado decida legar el acceso a los servicios de este tipo que considere, permitiendo así a sus herederos hacer uso del contenido de estos (proporcionando sus claves de usuarios a un tercero). Sin embargo, esta forma de actuar puede tener consecuencias: algunos de los prestadores de estos servicios reclamarán al nuevo usuario por incurrir en un delito de suplantación de identidad; en el caso más simple únicamente se revocará su acceso y se procederá a la cancelación de la cuenta, disolviendo el contrato establecido con el fallecido³².

Por el contrario, la gestión de la herencia digital que comprende todas aquellas cuentas de correo electrónico o en redes sociales del fallecido, sí es posible y de hecho

³⁰ Los Términos y Condiciones de los servicios de software, entre los que se incluye los prestados a través de Internet, pertenecen al tipo de licencias denominadas "con el usuario final" o licencias EULA (*End-User License Agreement*) traducido como "Acuerdo de Licencia con el Usuario Final". Este acuerdo establece un contrato entre el prestador del servicio (propietario del software) y el usuario.

³¹ A modo de ejemplo, Amazon establece en el Acuerdo de Licencia con el Usuario Final de su dispositivo de libro electrónico Kindle que: "(...) Tras la descarga del Contenido Digital y el pago por su parte de todas las tasas aplicables (incluyendo los impuestos aplicables), el Proveedor de contenido le otorga un **derecho no exclusivo a ver, usar y a mostrar dicho Contenido Digital** (...) sirviendo única y exclusivamente para su uso personal y no comercial. Salvo indicación en contrario, el Contenido Digital será utilizado a través de una licencia otorgada por el proveedor de contenido sin que se produzca la venta de dicho contenido.(...) Salvo que se indique específicamente lo contrario, **no podrá vender, alquilar, distribuir, emitir, otorgar sublicencias, ni de algún otro modo, asignar ningún derecho sobre el Contenido Digital o parte del mismo a terceros**, y tampoco podrá modificar ni eliminar del ningún tipo de mención relativa a los derechos de autor o de propiedad del Contenido Digital. Tampoco podrá eludir, modificar, intentar acabar con o burlar los elementos de seguridad que protegen el Contenido Digital."

³² Es el caso de Apple, por ejemplo, quien se reserva el derecho de revocar el contrato con el usuario de iTunes, si se demuestra que este está compartiendo con terceros el contenido musical de su cuenta, dado que esta tiene carácter individual y personal. Apple considera que el contrato establecido con un usuario tiene validez hasta el día en este fallece (sobra decir que también se contempla la cancelación del servicio por otros motivos que nada tienen que ver con el punto que nos ocupa).

encuentra apoyo en leyes muy básicas y enunciadas con mucha anterioridad al auge de Internet. En concreto, puede hacerse uso del artículo 12 de la Ley de Propiedad Intelectual para afirmar que todo el contenido de los perfiles sociales de un individuo puede constituir una obra sujeta a propiedad intelectual³³; de esta forma se legitima la conservación y defensa de la historia personal que representan dichas redes sociales. No obstante, esto no quiere decir que el supuesto heredero pueda hacerse cargo de la gestión de dichos perfiles, puesto que, como se ha comentado anteriormente, esto supondría un delito de suplantación de identidad.

Para la gestión de este tipo de perfiles, y la información que contienen, se encuentran un par de caminos a seguir. Algunas redes sociales, como se verá en profundidad en el tercer capítulo de este trabajo, han empezado a habilitar opciones para que los usuarios dejen indicado qué hacer en el caso de su fallecimiento, lo que facilita mucho la futura tarea. Otras, la mayoría y sobre todo fuera de Estados Unidos, no cuentan con estos mecanismos por lo que será necesario contactar con los administradores de dichas redes y emprender un duro proceso en el que habrá que certificar el fallecimiento del usuario dueño del perfil, así como la familiaridad directa con el susodicho.

Una opción muy interesante y que ofrece muchas garantías legales, pasa por dedicar un apartado del testamento vital a la gestión de estos perfiles virtuales; esto es, realizar una mención directa en el testamento³⁴, indicando qué se desea se haga con nuestros perfiles en la red. Para esto, será necesario legar la claves de acceso a dichas redes a un heredero que se hará cargo de su gestión (siempre que esta no incluya el mantenimiento del perfil como si del dueño original se tratase). Surge así el concepto del *albacea digital*, del que se hablará más adelante.

³³ "También son objeto de propiedad intelectual, en los términos del Libro I de la presente Ley, las colecciones de obras ajena, de datos o de otros elementos independientes como las antologías y las bases de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales, sin perjuicio, en su caso, de los derechos que pudieran subsistir sobre dichos contenidos. (...) A efectos de la presente Ley, y sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado anterior, se consideran bases de datos las colecciones de obras, de datos, o de otros elementos independientes dispuestos de manera sistemática o metódica y accesibles individualmente por medios electrónicos o de otra forma." art. 12 Ley Propiedad Intelectual.

³⁴ En el Anexo 1 se incluye un modelo de acto de última voluntad, exclusivamente centrado en este punto.

2.7.- Los archivadores de Internet o archivos de la web

Los archivadores de Internet o archivos de la web son aquellos sitios web que se dedican a la recopilación y divulgación de todo el contenido existente en la red. Dicho así suena como algo muy amplio y, de hecho lo es, por lo que es necesario matizar esta definición.

Existen por Internet un puñado de sitios web, por lo general en manos de organizaciones sin ánimo de lucro, que se dedican a recorrer la red continuamente en busca de nuevo contenido, el cual es indexado, y copiado en sus propios servidores. El objetivo de esta copia es poder hacer accesible al público toda la web existente, no sólo en el momento presente, sino a lo largo de la historia. Es decir, se pretende tener disponible y visible toda la historia de un sitio web con todas sus versiones y cambios, y que esta pueda ser consultada en cualquier momento. El sitio web más destacable dedicado a esta tarea es archive.org³⁵.

A priori puede resultar una excelente idea, y muy útil, tener al alcance de la mano toda esta información, pero ¿qué ocurre con el Derecho al Olvido en estos casos? Plantéese un pequeño ejemplo: un administrador de un sitio web cualquiera publica una entrada sobre un cierto tema, que acompaña con algunas fotografías originales y un texto a modo de artículo. El contenido está en la red, y hasta él llega uno de los *bots* de un archivo de la web que lo encuentra, indexa, y copia en sus servidores. Unos meses después, el administrador de este sitio web decide, por el motivo que sea, retirar dicha entrada y todo su contenido. Con ello espera que este artículo, texto y fotografías, desaparezcan de la red y no sean accesibles nunca más. Sin embargo, aunque la dirección web (URL) ya no existe como tal, encontramos que puede ser accesible mediante el visor de este archivador de Internet donde quedó registrada y copiada. Accedemos a ella y volvemos a ver el artículo, tal y como aparecía en la página web original, que el autor ha decidido borrar.

Planteado el ejemplo, queda claro el problema: ¿cómo conseguir que se aplique el Derecho al Olvido cuando el contenido es replicado? La respuesta a esta pregunta en el caso de los archivadores de Internet es, por suerte, fácil de dar. En la gran mayoría de

³⁵ Archive.org es un sitio web y también una organización sin ánimo de lucro dedicada a la preservación de la historia web y los recursos multimedia. Entre sus herramientas más destacables encontramos la *wayback-machine* que permite recorrer y visualizar las diferentes versiones publicadas de una misma página web.

estos sitios se tiene un profundo respeto a la propiedad intelectual y a los derechos sobre el contenido. Así, se encuentra que, aunque el artículo puede leerse, no será posible visualizar las fotografías al no haber sido copiadas por contener derechos de imagen.

Si aún con esto no bastase, será posible solicitar la retirada del contenido web de estos archivos, bien realizando la petición por escrito mediante algún formulario, bien incluyendo en el sitio web un fichero robot.txt que permita tanto el bloqueo de futuras indexaciones como el borrado de aquellas que ya fueron realizadas. En sucesivos capítulos se ofrecen con más detalle estas soluciones para algunos casos en concreto.

2.8.- El rastro de la navegación

No es necesario realizar publicaciones en Internet, o registrarse en ninguna plataforma web para dejar un rastro de información en la red. La mera navegación mediante un explorador por diferentes páginas web, o el uso de un buscador, generan una serie de datos que pueden contener información sobre el usuario. Información que es almacenada y usada por los prestadores de servicios web, desde el buscador al proveedor de Internet. Se trata de datos tales como la dirección IP del equipo desde donde se realiza la navegación, el nombre del mismo equipo, la situación geográfica del usuario que navega (deducible también a partir de la IP), así como diversos datos que varían en función del navegador usado.

La mayor parte de esta información queda registrada en los servidores que alojan las páginas web que son visitadas, en registros de actividad que pueden ser usados para localizar al usuario al que identifican. Algunos navegadores, además, hacen acopio de otro tipo de información más personal que es usada con fines estadísticos y/o publicitarios.

En principio, esta información no debería suponer demasiada preocupación, a no ser que se esté cometiendo algún acto de dudosa legalidad en la red (en cuyo caso el anonimato es un gran motivo de preocupación). Sin embargo, es posible limitar la cantidad de datos que se recopilan sobre el usuario durante la navegación con elecciones tan simples como el navegador utilizado, las sesiones de usuario que permanecen activas, o el motor de búsqueda habitual. En el caso de estos últimos, existen multitud de alternativas al mundialmente conocido Google, algunas de las cuales tienen

interesantes políticas de privacidad. La información detallada puede encontrarse en el capítulo tercero de este trabajo.

Por último, existe la posibilidad de utilizar algún servicio que oculte la identidad de la conexión; esto es, cambiando la IP real que se usa para conectarse a Internet. Existe gran diversidad de sitios web que permiten navegar actuando de *proxys* que ocultan la verdadera identidad del usuario. Por otro lado, siempre se podrá hacer uso de las redes anónimas³⁶ para navegar sin dejar rastro.

2.9.- **Deep Web (El Internet profundo)**

Estrechamente relacionado con las redes anónimas que se nombraban en el punto inmediatamente anterior, encontramos la denominada como *web profunda* o *Internet profundo*³⁷. Más allá de las especulaciones que puedan hacerse en base a esta rimbombante denominación, este *Internet invisible* no es más que el conjunto de todas aquellas páginas web y contenidos que no han sido indexadas por los motores de búsqueda y/o no son accesibles mediante los navegadores tradicionales.

Curiosamente, lejos de ser una parte marginal de Internet como algunos piensan, este conjunto de contenidos supone una gran parte del total de información volcado en la red, muy por encima del contenido común que habitualmente puede encontrarse mediante los exploradores y buscadores más conocidos. Es esta aparente dificultad para el acceso lo que le otorga este nombre tan característico.

Los motivos por los que este contenido no ha sido rastreado y clasificado por los motores de búsqueda son múltiples: la existencia de ficheros robot de exclusión, sistemas cerrados de usuarios, páginas protegidas con claves, documentos en formatos no indexables, etc. Esta inexistencia de un índice general para la información es, parcialmente, uno de los motivos por los que se suele tender a creer que esta parte de la red es invisible o inaccesible; todo se reduce de nuevo a la creencia de que "sin un buscador, no se puede navegar por la red".

³⁶ Las redes anónimas permiten a los usuarios el acceso y la navegación por Internet sin dejar rastro, bloqueándose cualquier tipo de seguimiento o rastreo de la identidad. Este tipo de navegación se produce gracias a una red mundial de servidores anónimos y voluntarios. Las redes anónimas impiden el análisis del tráfico web y la vigilancia de la red, o al menos tratan de que sea más difícil. Algunas de las más conocidas son *Tor* o *I2P*.

³⁷ Conocido como Internet profundo o invisible, del inglés: *Darknet*, *Deepweb*, *Invisible Web*, *Deep Web*, *Dark Web*, *Hidden Web*...

Por otra parte, la mayor parte de las páginas web que pueden encontrarse en este estrato de Internet hacen uso de un tipo de dominio especial, *.onion*, usado generalmente en las redes privadas y que no pueden accederse mediante navegadores comunes. Es por esto que es necesario utilizar navegadores específicamente creados para este tipo de redes, como es el caso de *Tor*.

El contenido que es posible encontrar en la Internet profunda es de lo más variopinto. Si bien, una gran parte de este no conlleva ningún riesgo adicional, hay que señalar que otra inmensa parte de la información que se encontrará puede ser catalogada como de dudosa legalidad. Se encuentran incluidos sitios web tan comunes como un blog o una tienda, pero también dedicados al tráfico de estupefacientes, colecciones de datos privados provenientes del *hackeo* de servidores, e incluso gran cantidad de pornografía, incluyendo aquellos géneros más perseguidos por la justicia.

Ahora bien, ¿qué hay de la privacidad y el *Derecho al Olvido* en estas redes? Si nos centramos en el aspecto relativo al rastro que deja la navegación, se puede estar prácticamente seguro de que este no se va a producir, por la misma naturaleza de las redes privadas que utiliza.

En el caso más concreto del Derecho al Olvido aplicado a datos que puedan ser encontrados publicados en sitios web, se entra en un terreno pantanoso con amplias lagunas en este sentido. Si algo caracteriza a esta web profunda, es la cantidad de información que puede encontrarse y que no se conseguiría en otros lugares. Además, esta se distribuye con rapidez y cambia de alojamiento en cuestión de horas, por lo que, garantizar el borrado de estos datos es algo que no puede hacerse con certeza.

En el caso de encontrar algún dato personal sensible de ser eliminado navegando por alguna de estas páginas web, la opción más sensata sería ponerlo en conocimiento de la autoridad pertinente, quien debería sopesar la factibilidad de emprender las acciones oportunas.

3.- PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS PARA EJERCER EL DERECHO AL OLVIDO EN INTERNET

Introducido el problema de la memoria en la red, y el interés por el borrado de información asociado a ella, queda resolver la duda de cómo aplicar el definido como Derecho al Olvido en Internet como tal. A lo largo del presente capítulo se recopilan los procedimientos existentes descritos paso a paso para tratar de eliminar el rastro de información personal de gran parte de los sitios de la red más comunes. Así mismo, se proponen algunas técnicas a aplicar en aquellos lugares de Internet que no proporcionan mecanismos como tal para lograr este fin.

Debido a la extensión prácticamente infinita de lugares sobre los que aportar indicaciones, se han seleccionado los más destacados de los que puede consultarse los detalles relativos a los procedimientos y técnicas en el Anexo 2.

4.- CONCLUSIONES

Tras las exposición y el tratamiento del problema del Derecho al Olvido en Internet que se ha hecho a lo largo de este trabajo, puede concluirse este con la afirmación de que este resulta un concepto utópico cercano a la quimera. Se trata de un "derecho" que nace muerto y adolece la falta de una regulación común y la falta de consenso en cuanto al ámbito al que puede aplicarse y extenderse según su definición. El origen de este problema surge, como se exponía al inicio, de la incapacidad manifiesta de los diferentes estados y autoridades para establecer un marco común de apoyo a los problemas para la privacidad y el honor de las personas que Internet ha magnificado. Entre otras cosas, esto se debe al error que se ha cometido, y sigue cometiendo, al tratar de regular un medio digital con unas características peculiares con leyes y normativas que en su día fueron enunciadas para resolver problemas analógicos en el plano no-virtual.

El resultado de todo esto es una regulación *ad hoc*, que se ajusta a un caso muy concreto de entre todos los que ponen en jaque el derecho a la privacidad y el honor de las personas en la red (los motores de búsqueda) pero obvia por completo otros que suponen un atentado similar o incluso mayor contra estos derechos.

Es por este motivo que en este trabajo se ha tratado de extender la definición existente para el Derecho al Olvido a todos los aspectos de la red, recopilando aquellos procedimientos que los diferentes servicios ofrecen para la eliminación de información en Internet aun cuando no se encuentran bajo la obligatoriedad de una ley concreta. Como complemento, se han ofrecido algunas técnicas alternativas para aquellos servicios que por un motivo u otro, no cuentan con un mecanismo establecido.

La conclusión que tras todo este estudio y recopilación se extrae y debe tenerse en mente es que garantizar el Derecho al Olvido en Internet es imposible. Independientemente del grado de aplicación que para un individuo en concreto pueda hacerse, y con la eficacia que resulte, no cabe duda de que es un proceso arduo y costoso, en el que influyen muchas variables que escapan al control del usuario (y las cuales hay que tener en cuenta). Es necesario indicar, además, que el éxito en la aplicación de este Derecho al Olvido en Internet para un caso en concreto, puede resultar de carácter puntual y, quizás, limitado para el que no se puede garantizar al 100% su continuidad en el tiempo. Esto es, no puede saberse con certeza si los datos a

eliminar habrán desaparecido de la totalidad de los lugares posibles (en muchos de ellos ni siquiera se aportan procedimientos, como se ha podido observar), ni si este estado se mantendrá o si, por el contrario, tras un tiempo indeterminado volverán a encontrarse en los mismos u otros emplazamientos.

Aun riesgo de parecer demasiado obvio, se hace necesario destacar la importancia, continuamente señalada, de gestionar correctamente la actividad en Internet, teniendo muy a la vista las posibles consecuencias que los actos en la red pueden tener. No hay mejor aplicación del Derecho al Olvido, dentro de nuestras posibilidades, que una buena prevención de los riesgos que la red entraña para con el tratamiento y almacenaje de los datos personales y la información relativa a un individuo. Cualquier aparentemente inocente publicación de información realizada en Internet (un comentario, una fotografía, etc.) conlleva la inmediata pérdida del control sobre la misma. Asimismo, la separación de la publicación de su objetivo y contexto iniciales puede acarrear una más o menos destacable consecuencia en un futuro.

Me gustaría finalizar este trabajo tratando de aportar alguna idea a partir de la cual poder desarrollar otro trabajo final de grado, retomando de alguna forma este tema, pero desde otro punto de vista. La aplicación del Derecho al Olvido en Internet se produce cuando la información ya se ha volcado en la red y es posible (o no) su borrado. Un punto de vista diferente pero relacionado con este tema parte del planteamiento sobre cómo evitar que la información personal acabe publicada en Internet, al menos de forma indirecta. Me refiero al concepto de la navegación anónima y el uso seguro y responsable de las redes de información, para tratar de preservar la privacidad y favorecer el Derecho al Olvido, antes incluso de que sea necesario ponerlo en práctica.

5.- REFERENCIAS

AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS. Memoria 2009 [en línea]. 2009. [fecha de consulta: septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://bit.ly/1PcFurR>>

AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS. *Recomendaciones a usuarios de Internet* [en línea]. 2009 [fecha de consulta: 8 de agosto de 2015]. Disponible en: <<http://bit.ly/1IcZ1FX>>

AMAZON ESPAÑA. Contrato de licencia y Condiciones de uso del Kindle de Amazon.es. Actualización del 28 de septiembre de 2011. Disponible en: <<http://amzn.to/1Ywg4qs>>

AUDIENCIA NACIONAL. JUZGADO CENTRAL DE INSTRUCCION UNO. D. PREVIAS 86/2015. 2 de julio de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1YDrIzU>>

BALL, James. EU's right to be forgotten: Guardian articles have been hidden by Google. *The Guardian* [en línea]. 10 de julio de 2014. [fecha de consulta: septiembre de 2015] Disponible en: <<http://bit.ly/1NR1Lp2>>

BLANCO, Adrián. Google rechaza el 41% de las peticiones de "derecho al olvido" de los españoles. *El Confidencial* [en línea]. 21 de julio de 2015. Disponible en <<http://bit.ly/1ljUgzQ>>

BLANCO, Adrián. Google rechaza el 41% de las peticiones de "derecho al olvido" de los españoles. *El Confidencial* [en línea]. 21 de julio de 2015. Disponible en <<http://bit.ly/1ljUgzQ>>

BOYD, D and ELLISON, N. Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007, no. 13, art. 11. [fecha de consulta: 24 de septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://bit.ly/1MTBian>>

CARRILLO, M. El Derecho al Olvido en Internet. *El País* [en línea]. 23 de octubre de 2009. [fecha de consulta: 8 de agosto de 2015]. Disponible en: <<http://bit.ly/1jlwGBt>>

Código del Derecho al Olvido. Boletín Oficial del Estado, actualización del 25 de Septiembre. España. Disponible en: <<http://bit.ly/1Ral8ig>>

Colaboradores de Wikipedia. *Application programming interface* [en línea]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1NYzNaY>>

CHAVES, JR. Cómo borrar los datos personales del BOE digital y no morir en el intento. *Contencioso.es* [en línea]. 1 de julio de 2011. Disponible en: <<http://bit.ly/1RalaXg>>

DE TERWANGE, Cécile. Privacidad en Internet y el derecho a ser olvidado/derecho al olvido. *IDP: Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC*, Febrero de 2012, núm. 13, pp. 67-83. Disponible en: <<http://bit.ly/1NbVQu5>>

Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995 relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos. Diario Oficial de la Unión Europea. 23 de noviembre de 1995, núm. 281, pp. 31-50. Disponible en: <<http://bit.ly/1MMuXh5>>

DPA y AP. Facebook crea la opción de 'albacea digital' de usuarios fallecidos. *La Jornada* [en línea]. 12 de febrero de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1jnfAD9>>

DURÁN RUIZ, F. Autodeterminación informativa y Derecho al Olvido en la Unión Europea. Particularidades respecto de los menores de edad. En: 7º Simposio Las Sociedades ante el Reto Digital (Actas). 2014. Disponible en: <<http://bit.ly/21jy1ee>>

EP. Google borra noticias sobre ETA por el 'derecho al olvido'. *El País* [en línea]. 6 de noviembre de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1NiB9Nd>>

EUROPEAN COMMISSION. Myth-Busting: The Court of Justice of the EU and the "Right to be Forgotten". 2014. Disponible en: <<http://bit.ly/1NxXPzg>>

GARCIA GALLO, B. Zapata dimite como edil de Cultura por el 'dolor generado' por sus tuis. *El País* [en línea]. 15 de julio de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1XrV7A0>>

GOICOECHEA, Nieves. Facebook nombrará 'albaceas digitales' para cuentas de personas fallecidas. *Cadena SER* [en línea]. 12 de febrero de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1ThtaoO>>

GOMES DE ANDRADE, Norberto. El olvido: El derecho a ser diferente... de uno mismo. Una reconstrucción del derecho a ser olvidado. *IDP: Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC*, Febrero de 2012, núm. 13, pp. 53-66. Disponible en: <<http://bit.ly/1NbVQu5>>

HENDERSON, L. Anonymous file sharing & darknet: How to be a ghost in the machine. Marston Gate (Reino Unido): CreateSpace Independent Publishing Platform. 2013.

HENDERSON, L. Darknet: A beginner's guide to staying anonymous online. Marston Gate (Reino Unido): CreateSpace. 2013.

IBAÑEZ, Mª Jesús. Los abogados proponen albaceas que controlen la herencia digital. *El País* [en línea]. 1 de noviembre de 2011. Disponible en: <<http://bit.ly/1QKG3sP>>

J. PEREZ, F. La Audiencia obliga al edil Zapata a declarar por humillación a las víctimas. *El País* [en línea]. 1 de octubre de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1YDrrNv>>

Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico. Boletín Oficial del Estado. España. 12 de julio de 2002, núm. 166. Disponible en: <<http://bit.ly/1SUJpak>>

Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Boletín Oficial del Estado. España. 14 de mayo de 1982, núm. 115. Disponible en: <<http://bit.ly/1Yp1UYf>>

Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. Boletín Oficial del Estado. España. 14 de diciembre de 1999, núm. 298, [consultado en su actualización del 31 de diciembre de 2003] Disponible en: <<http://bit.ly/1jnfVFZ>>

M. SAEZ, Ricardo. La herencia digital. *El País* [en línea]. 25 de marzo de 2013. [fecha de consulta: septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://bit.ly/1kX6PBv>>

MENÉNDEZ, Luis y GARCÍA LAMARCA, Cristina. Albaceas Digitales: ¿cómo gestionar nuestra herencia "online"? - "Albacea digital". Escritura pública. 2015. núm. 93. pp. 18-21. Disponible en: <<http://bit.ly/1ImOfYk>>

MILLASTRE VALENCIA, Patricia. ¿Qué ocurre con nuestro legado digital al fallecer?. *Ilex Abogados* [en línea]. 9 de Abril de 2015. [fecha de consulta: 28 de Septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://bit.ly/1MItPwZ>>

O'REILLY, T. *What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. 30 de Septiembre de 2005 [fecha de consulta 10 de septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://oreil.ly/1ThKgmc>>

PEIRANO, Marta. El pequeño libro rojo del activista en la red. 2 nd. ed. España: Roca Editorial. 2015.

PEIRANO, Marta. La herencia digital. *Muy interesante*. (386). pp. 68-73. 2013.

PENAFRETA, Javier. Legado digital ante notario. *JPremafreta.com* [en línea]. 24 de febrero de 2014. Disponible en: <<http://bit.ly/1l2LPJR>>

PÉREZ OLIVA, M. Condenados a permanecer en la Red. *El País* [en línea]. 22 de marzo de 2009. [fecha de consulta: septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://bit.ly/1Xl3rl2>>

PÉREZ OLIVA, M. Un nuevo desafío: el Derecho al Olvido. *El País* [en línea]. 15 de mayo de 2011. [fecha de consulta: septiembre de 2015]. Disponible en: <<http://bit.ly/1Ng9EYS>>

RALLO, A. y MARTINEZ, R. Protección de datos personales y redes sociales: obligaciones para los medios de comunicación. *Quaderns del CAC*, 2011, núm. 37, Vol. XIV (2), pp. 41-51. Disponible en: <<http://bit.ly/1TaBbv3>>

Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal. Boletín Oficial del Estado. España. 19 de enero de 2008, núm. 17. Disponible en: <<http://bit.ly/1Ier5J9>>

Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, de la Ley de Propiedad Intelectual. Boletín Oficial del Estado. España. 22 de abril de 1996, núm. 97. Disponible en: <<http://bit.ly/21jPu6t>>

REVENTÓS, Laia y DELCLÓS, Tomás. El BOE, obligado a impedir el rastreo de los buscadores. *El País* [en línea]. 7 de julio de 2011. [fecha de consulta: 6 de octubre de 2015] Disponible en: <<http://bit.ly/1SnInnx>>

Sergio Sánchez Álvarez

SALVADOR CODERCH, P. Entre recordar y olvidar. *El País* [en línea]. 1 de junio de 2011. [fecha de consulta: septiembre de 2015] Disponible en: <<http://bit.ly/1PfXpxH>>

SÁNCHEZ, Alberto J. ¿En qué consiste el nuevo plan de Facebook para el perfil de los fallecidos?. *Hipertextual* [en línea]. 12 de febrero de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1SnICid>>

SARTOR, Giovanni. The Right to be Forgotten: Dynamics of Privacy and Publicity. En: Protection of Information and the Right to Privacy - A New Equilibrium?, Vol. 17 (2014), pp. 1-15. Disponible en: <<http://bit.ly/1lllp5k>>

SEMPERE, Francisco J. Derecho al olvido: ni censura ni límite al derecho de información. *Privacidad Lógica* [en línea]. 27 de mayo de 2014. Disponible en: <<http://bit.ly/1jnF7MC>>

SIMÓN CASTELLANO, P. El régimen constitucional del Derecho al Olvido digital. Valencia: Tirant lo Blanch. 2012.

SUAREZ SÁNCHEZ-OCAÑA, Alejandro. Desnudando a Google. 3 rd. ed. España: Deusto. 2012.

SUAREZ SÁNCHEZ-OCAÑA, Alejandro. El quinto elemento. España: Deusto. 2015.

TOURIÑO, A. El Derecho al Olvido y a la intimidad en Internet. Madrid: Los libros de la Catarata. 2014.

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA UNIÓN EUROPEA. *Caso Google Spain, S.L, Google Inc. / Agencia Española de Protección de Datos, Mario Costeja González (C-131/12)*. Comunicado de prensa nº 70/14. Sentencia de 13 de Mayo de 2014. Disponible en: <<http://bit.ly/1Ncn1F0>>

TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA UNIÓN EUROPEA. *Caso Google Spain, S.L, Google Inc. / Agencia Española de Protección de Datos, Mario Costeja González (C-131/12)*. Sentencia de 13 de Mayo de 2014. Disponible en: <<http://bit.ly/1LvaWd4>>

VALENTÍN RUIZ, Francisco José y LÓPEZ HURTADO, Mariana. Derecho de acceso de los ciudadanos a los documentos de la administración pública: regulación, conflictos y algunas reflexiones. *ROED: Revista Online de Estudiantes de Derecho*. 2012. núm. 1. Disponible en: <<http://bit.ly/1TaC8U7>>

VERDÚ, Daniel. Su biblioteca digital morirá con usted. *El País* [en línea]. 10 de septiembre de 2012. [fecha de consulta: 28 de septiembre de 2015] Disponible en:<<http://bit.ly/1MIuIFN>>

WARD, B. Online Privacy: How to remain anonymous & protect yourself while enjoying a private digital life on the Internet. Marston Gate (Reino Unido): CreateSpace. 2015.

YANKE, Rebeca. Hay vida digital tras la muerte. *El País* [en línea]. Actualizado el 20 de octubre de 2015. Disponible en: <<http://bit.ly/1MVq5WT>>

ANEXO 1. MODELO DE ACTO DE ÚLTIMA VOLUNTAD

Originalmente creado por Javier Prenafeta Rodríguez, abogado especializado en Tecnologías de la Información, quien así lo proporciona en su página web personal para su libre uso sin ánimo de lucro: <http://bit.ly/1QQ0Knq>

NÚMERO

En , mi residencia, a de de 201...

Ante mí, , Notario del Ilustre Colegio de

COMPARECE

Don/Doña, mayor de edad, de estado civil , nacido el día de de , de profesión , natural de , y vecino de , con domicilio en calle , y con D.N.I. número

Tiene a mi juicio el compareciente la capacidad legal necesaria para este acto, y al efecto,

DICE

- A) Que es hijo de los consortes Don , y Doña , que viven.
- B) Que está casado en únicas nupcias con Don/Doña, de cuyo matrimonio tiene hijo/s, llamado/s y
- C) Que en escritura autorizada por mí el ... de ... de 201.., número de protocolo, otorgó testamento abierto, ordenando su última voluntad conforme a lo dispuesto en el mismo.
- D) Que, sin perjuicio de lo otorgado en el testamento anteriormente mencionado, y sin que lo dispuesto en este acto perjudique, lesione o anule sus efectos, ni suponga revocación del testamento anterior, que mantiene, desea hacer constar determinadas disposiciones adicionales de su última voluntad por medio del presente codicilio/testamento, todo ello a tenor de las siguientes

CLÁUSULAS

PRIMERA.

Lega a Don/Doña la titularidad, así como los derechos y facultades inherentes a la misma, de las cuentas de correo electrónico, cuentas en redes sociales o profesionales, cuentas en servicios de alojamiento de archivos informáticos, espacios web, repositorios, depósitos, bases de datos, aplicaciones o programas informáticos y en general cualesquiera otros servicios análogos a los anteriores o en todo caso designados por el compareciente, actuales o futuros que correspondieran a este último.

El legado anterior facultará al legatario a administrar, gestionar, disponer y hacer uso de las anteriores cuentas y servicios en calidad de titular, propietario, cliente o usuario de los mismos, según corresponda, incluyendo la posibilidad de eliminación de cualesquiera datos, contenidos o archivos existentes en ellos, así como la propia cuenta o servicio, sin más limitaciones que las establecidas en las leyes y en los mismos términos y condiciones que correspondieran al compareciente.

La información y datos correspondientes a las cuentas y servicios anteriores, incluyendo las direcciones de Internet (*Uniform Resource Locator*) a través de las cuales pueden ser accedidos, los nombres o identificadores de usuario, claves o contraseñas necesarias para ello, se encuentran todas ellas accesibles a su vez a través de la siguiente dirección de Internet:

<http://www.>

Para acceder al espacio anterior se requieren los siguientes datos:

- Nombre de usuario:
- Contraseña:

SEGUNDA.

Lega a Don/Doña, sin perjuicio de legítima, la totalidad de los derechos de propiedad intelectual que en su caso pudieran corresponder al compareciente como propietario o licenciatario de los textos, imágenes, sonidos, programas informáticos, bases de datos, y en general cualesquiera otros documentos, archivos o elementos que pudieran tener la consideración de obras o prestaciones protegidas conforme a la legislación sobre propiedad intelectual e industrial, y fueran accesibles, estuvieran almacenados, contenidos, incorporados o vinculados a las cuentas y servicios indicados anteriormente.

El legatario podrá explotar y hacer uso de las obras y prestaciones anteriores como propietario o licenciatario de las mismas, según corresponda, sin más limitaciones que las establecidas en las leyes.

TERCERA.

Solicita que únicamente Don/Doña tenga derecho a copia de la presente escritura notarial, a fin de no comprometer la confidencialidad de los identificadores y claves de acceso indicadas en los apartados precedentes.

Así lo dice y otorga, siendo las horas y minutos.

Leo en alta voz el contenido de este documento, por elección de su otorgante, advertida por mí de su derecho a leerlo por sí, y de explicarle yo, el Notario, su contenido del que me manifiesta su conformidad, por ser fiel y exacta expresión de su voluntad, y se ratifica y firma conmigo.

De conocer al compareciente y, en general, de haberse observado las formalidades legales en un solo acto y de todo lo demás consignado en este instrumento público, que queda extendido en folios de la clase , serie , números , el presente y el siguiente en orden, doy fe.

ANEXO 2.- PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS PARA EJERCER EL DERECHO AL OLVIDO EN INTERNET

2.1.- Buscadores

2.1.1 - Ansearch

Enlace: <http://www.ansearch.com.au/> - <http://www.ansearch.co.uk/>

Ansearch es una empresa australiana que presta servicios de información entre los que se encuentra el motor de búsqueda que lleva el mismo nombre.

Procedimiento: depende de (ver Google)

2.1.2 - AOL

Enlace: <http://www.aol.com/> - <http://search.aol.com/> - <http://www.aolsearch.com/>

AOL es una empresa de servicios de Internet americana que cuenta con un motor de búsqueda. Anteriormente conocido como América Online.

Procedimiento: depende de (ver Google).

Aplicable a:

Open Directory

2.1.3 - Ask

Enlace: <http://es.ask.com/> - <http://www.search.ask.com/>

Ask fue concebido como un buscador con la capacidad de responder a preguntas realizadas en lenguaje natural; como peculiaridades, Ask posee su propia tecnología para la catalogación y valoración de los enlaces según su relevancia (*ExpertRank*);

Procedimiento: solicitud por escrito. (Ver modelo en Anexo 3)

En este caso, no existe un formulario estandarizado para realizar las solicitudes. Se deberá enviar una solicitud por escrito, preferiblemente en inglés, incluyendo:

- Nombre completo, correo electrónico y dirección postal
- Enlaces URL de todos aquellos resultados de búsqueda que se desea eliminar
- Breve explicación del por qué se cree que deben ser retirados estos resultados
- Una pequeña explicación acerca de la relación de estos resultados con el solicitante (útil en caso de no aparecer el nombre del solicitante en el resultado).

La petición será enviada bien por correo electrónico (privacyhelp@ask.com) o por correo postal a la dirección que sigue:

Ask

Atención de: Privacy Officer

*Unit 1, College Business & Technology Park, Blanchardstown North Road,
Dublín 15, Irlanda*

La petición de borrado se hará a título personal, aportando alguno de los siguientes documentos:

- Documento de Identidad Personal, o documento que acredite la identidad del solicitante, por ejemplo, una factura de servicios públicos.
- Documento de Identidad Personal de aquella persona a quien se representa (en el caso de peticiones para terceros), o documento que acredite la identidad de la persona para la que se registra la solicitud; además será necesario demostrar la autorización de esta tercera persona para emitir la reclamación.

Aplicable a:

Dogpile

Info.com

Open Directory

2.1.4 - Baidu

Enlace: <http://www.baidu.com/>

Baidu es un motor de búsqueda de origen chino y muy similar a otros como Google. Como característica diferenciadora, ofrece la posibilidad efectuar búsquedas de archivos de audio (música). Baidu puede realizar estas búsquedas debido a que las leyes de la República Popular China no prohíben poner música en Internet, y Baidu se encuentra bajo jurisdicción china.

Procedimiento: formulario electrónico. <http://tousu.baidu.com/webmaster/add>

1. Acceder al enlace
2. Introducir todos aquellos enlaces que se desean retirar, mediante el botón situado bajo el campo de texto.
3. Introducir un correo electrónico de contacto
4. Enviar

网页搜索

本页面是免费处理网页搜索快照删除、更新以及删除搜索引导词问题的入口。

① 反馈须知：删除搜索结果或更新快照前，请您确保原网站内容已经删除或者更新。在下方表格中填写快照或索引链接后，系统将自动处理您的需求。点击查看[如何获取百度快照或索引链接地址](#)。当搜索结果的快照删除或更新时，手机端的内容会同步删除或更新。

② 建议您[登录](#)后进行反馈，以便在[我的反馈](#)中及时跟踪处理状态，并在第一时间收到答复。

* 百度快照/索引链接：

增加

点击增加，最多12个投诉链接

* 联系邮箱（留下您的联系邮箱，以便我们将处理结果通知给您，我们会严格保密）：

提交反馈

Figura 1. Formulario en Baidu.

Observaciones:

- La página no proporciona mas información al respecto, por lo que se presupone que ante una solicitud real, procederán a ponerse en contacto con el solicitante.

2.1.5 - BASE (Bielefeld Academic Search Engine)

Enlace: <https://www.base-search.net/>

BASE (Bielefeld Academic Search Engine) es un buscador de fuentes académicas creado por la Biblioteca de la Universidad de Bielefeld (Alemania).

Procedimiento: depende de las fuentes originales.

Observaciones:

- BASE almacena referencias a fuentes académicas en un directorio propio. Fuentes de la empresa alegan que no pueden eliminar entradas de dicho directorio y delegan la responsabilidad en los repositorios donde se encuentre almacenada la información que se desea eliminar.

2.1.6 - Biglobe

Enlace: <http://www.biglobe.ne.jp/>

Biglobe es un proveedor de servicios de Internet líder en Japón.

Procedimiento: depende de (ver Google)

2.1.7 - Bing

Enlace: <https://www.bing.com>

Bing es el motor de búsqueda propiedad de Microsoft Corporation, anteriormente conocido con otros nombres como Live Search, Windows Libre Search o MSN Search,

Se encuentra posicionado como el segundo buscador a nivel mundial. Desde su lanzamiento en 1998, ha pasado por varias etapas, cambios de nombre y "fusiones" con otros motores de búsqueda, la más conocida, la que suponía el acuerdo con Yahoo! para servir sus resultados de búsqueda.

Procedimiento.: formulario electrónico. <http://binged.it/1L2eTqs>

1. Acceder al enlace
2. Completar los campos requeridos. A saber:
 - a. Nombre legal completo (el mismo que aparece en el documento de identidad que se adjuntará)
 - b. País de residencia
 - c. Adjuntar un documento que acredite la identidad del solicitante o la del tercero para quien se realiza.
 - d. Correo electrónico de contacto
 - e. Información sobre el solicitante y su relevancia como personalidad pública
 - f. Listado de enlaces a retirar, acompañados de una breve explicación del motivo por el que se realiza la solicitud de cada uno.

3. Firmar con el nombre completo
4. Enviar

Observaciones:

- La solicitud puede ser cursada por menores de edad directamente, o por un tutor actuando en su nombre.
- Si el nombre usado para las búsquedas no coincide con el nombre completo oficial del documento de identidad, se deberá aportar alguna prueba que demuestre la relación de ese apelativo con el solicitante, y como este es identificativo del mismo.

Aplicable a:

Open Directory Yahoo!

2.1.8 - Blingo

Actualmente conocido como PHC Search and Win.

2.1.9 - CiteULike

Enlace: <http://www.citeulike.org/home>

CiteULike es un servicio social de referencias bibliográficas, gratuito y accesible vía web.

Procedimiento: depende de las fuentes originales.

Observaciones:

- CiteULike únicamente proporciona referencias bibliográficas, es decir, enlaces a los artículos, revistas, etc. que indexa. Fuentes de la empresa alegan que no pueden eliminar entradas de dicho directorio y delegan la responsabilidad en los repositorios donde se encuentre almacenada la información que se desea eliminar.

2.1.10 - DeeperWeb

Enlace: <http://deeperweb.com/>

DeeperWeb es una herramienta de búsqueda que emplea técnicas de nube de *tags* o temas para navegar entre los resultados de su proveedor Google.

Procedimiento: depende de (ver Google)

2.1.11 - Dogpile

Enlace: <http://www.dogpile.com/>

Dogpile es un metabuscador que retorna los resultados de terceros proveedores.

Procedimiento: depende de (ver Ask, Bing, Google, Yahoo!)

Aplicable a:

Excite

2.1.12.- DuckDuckGo

Enlace: <https://duckduckgo.com/>

DuckDuckGo es un motor de búsqueda híbrido, que combina la información de otros sitios y buscadores con las que el mismo motor ofrece, con el objetivo de aumentar los resultados. La filosofía de DuckDuckGo hace hincapié en la privacidad y en no registrar la información del usuario.

Procedimiento: es semidependiente, entre otros, de (ver Bing, Google, Yahoo!, Yandex)

Observaciones:

- En relación a su propio robot de indexación, la empresa no se ha pronunciado sobre el tema. La página del buscador no permite el contacto directo con la empresa si no es mediante una serie de formularios mas dirigidos a la resolución de problemas técnicos.

Aplicable a:

Open Directory

2.1.13.- Egerin

Enlace: <http://egerin.com/>

Egerin es un motor de búsqueda de origen Kurdo.

Procedimiento: no se ha descrito.

Observaciones:

- La empresa no se ha pronunciado al respecto, por lo que resta la vía del contacto por escrito (<http://egerin.com/contact>)

2.1.14.- Exalead

Enlace: <https://www.exalead.com/search/>

Exalead es un buscador desarrollado en Francia que destaca por sus innovaciones y la experiencia visual de su interfaz.

Procedimiento: solicitud por escrito. (Ver modelo en Anexo 4)

Según contactos con la empresa, no existe un protocolo definido para estas solicitudes, sin embargo se muestran receptivos a evaluarlas con su equipo técnico y legal.

El procedimiento será una solicitud por escrito, preferiblemente en inglés, incluyendo:

- Nombre completo, correo electrónico y dirección postal
- Enlaces URL de todos aquellos resultados de búsqueda que se desea eliminar
- Breve explicación del por qué se cree que deben ser retirados estos resultados
- Un documento de identidad del solicitante

La petición será enviada por correo mediante el formulario de contacto general que se ofrece en la web (<https://www.exalead.com/search/web/contact/>) o correo postal:

*Exalead S.A.
10 place de la Madeleine
Paris, 75008
FRANCE*

2.1.15 - Excite

Enlace: <http://www.excite.com/>

Procedimiento: depende de (ver Dogpile)

2.1.16.- Gigablast

Enlace: <http://gigablast.com/>

Gigablast es un pequeño e independiente motor de búsqueda fundado en Nuevo México

Procedimiento: no se ha descrito.

Observaciones:

- La empresa no se ha pronunciado al respecto, por lo que resta la vía del contacto por escrito (gigablast@mail.com)

Aplicable a:

Ixquick Open Directory

2.1.17 - Google Search

Enlace: <https://www.google.es>

Producto estrella de la compañía Google Inc., Google Search es el motor de búsqueda más utilizado en el mundo Web, y el más utilizado en Europa.

Casi desde su inicio se posicionó como la mejor y más eficiente solución de búsqueda en la web, gracias a su algoritmo de indexación y clasificación (*PageRank*). Tal es su cuota de mercado que ocupa el 90% de las búsquedas en Europa (datos de 2012), además de servir resultados de búsqueda a otros buscadores o meta buscadores conocidos.

Procedimiento: formulario electrónico. <http://bit.ly/1j9rxgF>

1. Acceder al enlace
2. Completar los campos requeridos. A saber:
 - a. Seleccionar país donde se aplicará la petición
 - b. Nombre utilizado para realizar las búsquedas
 - c. Nombre completo del solicitante (aunque se represente a un tercero)
 - i. Relación con el tercero para quien se realiza la petición
 - d. Correo electrónico de contacto
 - e. Listado de enlaces a retirar, acompañados de una breve explicación del motivo por el que se realiza la solicitud de cada uno.
 - f. Adjuntar un documento que acredite la identidad del solicitante o la del tercero para quien se realiza.
3. Confirmar el formulario
4. Firmar con el nombre completo y la fecha.
5. Enviar

Observaciones:

- Cada petición realizada, incluyendo los enlaces que sean necesarios, constituyen una **única solicitud** acerca de la misma persona e información. Es decir, el motivo por el que se realiza la petición de retirada de resultados de búsqueda se referirá a todos aquellos enlaces incluidos, que harán referencia al mismo tema, persona o empresa. **Para diferentes asuntos se realizarán diferentes solicitudes.**

Aplicable a:

Ansearch	AOL	Biglobe	DeeperWeb
Dogpile	Info.com	Open Directory	Walla!
WebCrawler	Zoo		

2.1.18 - HotBot

Enlace: <http://www.hotbot.com/>

Hotbot fue uno de los primeros buscadores de Internet. Actualmente, el sitio web es una simple portada para los resultados derivados de otros buscadores de Internet.

Procedimiento: depende de (ver Bing, Lycos, Yahoo!)

2.1.19 - Info.com

Enlace: <http://www.info.com/>

Info.com es un meta buscador inglés que proporciona resultados de búsqueda de terceros.

Procedimiento: depende de (ver Ask, Bing, Google, Open Directory, Yahoo!)

2.1.20.- Ixquick

Enlace: <https://ixquick.com/>

Ixquick es un metabuscador con sede en Nueva York y Países Bajos.

Procedimiento: depende de, entre otros (ver Gigablast, Google, Yahoo!, Yandex)

Observaciones:

- Aunque la empresa no ha concretado los buscadores de los que sirve resultados de búsqueda, se conoce que algunos de ellos son los citados anteriormente.

Aplicable a:

Open Directory

2.1.21.- Leit.is

Enlace: <http://leit.is/>

Leit.is es un buscador islandés desarrollado por la corporación DCG.

Procedimiento: no se ha descrito.

Observaciones:

- La empresa no se ha pronunciado al respecto, por lo que resta la vía del contacto por escrito (samband@leit.is)

2.1.22 - Lycos

Enlace: <http://www.lycos.com/>

Lycos es el portal web de un motor de búsqueda que surgió en la Universidad de Carnegie Mellon. El buscador es sólo uno de los servicios que ofrece (ver Lycos Mail).

Procedimiento: depende de (ver Yahoo!)

2.1.23.- Open Directory (DMOZ)

Enlace: <https://www.dmoz.org/>

Open Directory Project, también conocido como DMOZ es un proyecto colaborativo, en el que editores voluntarios listan y categorizan enlaces a páginas web.

Cualquier persona puede sugerir un enlace en una categoría determinada, que luego ha de ser aprobada por un editor. Los datos del proyecto están disponibles para cualquier página web que quiera usarlos, mientras se coloque la atribución adecuada y se siga su licencia de uso.

Procedimiento: depende de (ver AOL, Ask, Bing, DuckDuckGo, Gigablast, Google, Ixquick, Yahoo!, Yandex, Yippy).

Observaciones:

- Open Directory tiene un directorio propio, editado por usuarios particulares. Para eliminar información de esta repositorio, no se han descrito procedimientos.

2.1.24 - PCH Search and Win

Enlace: <http://search.pch.com/>

Procedimiento: depende de (ver Google, Yahoo!)

2.1.25 - Qwant

Enlace: <https://www.qwant.com/>

Qwant es un motor de búsqueda europeo que se caracteriza por su especial consideración con la privacidad del usuario, al que no rastrea y del que no almacena datos.

Procedimiento: solicitud por escrito. (Ver modelo en Anexo 5)

En este caso, no existe un formulario estandarizado para realizar las solicitudes. Se deberá enviar una solicitud por escrito, preferiblemente en inglés, incluyendo:

- Nombre completo y correo electrónico
- Enlaces URL de todos aquellos resultados de búsqueda que se desea eliminar
- Breve explicación del por qué se cree que deben ser retirados estos resultados

La petición será enviada bien por correo electrónico (privacy@qwant.com) o por correo postal a la dirección que sigue:

*Qwant - Service juridique,
28 rue de l'Université
75007 Paris*

2.1.26 - Rambler

Enlace: <http://www.rambler.ru/>

Rambler es un motor de búsqueda ruso.

Procedimiento: depende de (ver Yandex)

2.1.27 - Seznam

Enlace: <https://www.seznam.cz/> - <https://search.seznam.cz/>

Seznam es un motor de búsqueda de la República Checa.

Procedimiento: solicitud por escrito. (Ver modelo en Anexo 6)

En este caso, no existe un formulario estandarizado para realizar las solicitudes. Se deberá enviar una solicitud por escrito, preferiblemente en inglés, incluyendo:

- Nombre completo y correo electrónico
- Enlaces URL de todos aquellos resultados de búsqueda que se desea eliminar
- Breve explicación del por qué se cree que deben ser retirados estos resultados

La petición será enviada por correo postal a la dirección que sigue:

*Seznam.cz, a.s.,
Radlická 3294/10,
15000, Praha 5, Czech Republic*

2.1.28.- Sogou

Enlace: <https://www.sogou.com/>

Sogou es un motor de búsqueda Chino. Tras su aparición la compañía Tencent decidió apostar por él, en detrimento del buscador Soso, que terminó fusionándose con este.

Procedimiento: formulario electrónico. <http://bit.ly/1XovH0R>

1. Acceder al enlace
2. El formulario está en chino: asegurarse que la pestaña marcada es la segunda. (Es recomendable la ayuda de un traductor)
3. En la primera sección, seleccionar el primer campo: "Eliminar instantánea".
4. Completar los campos requeridos. A saber:
 - a. Enlaces que se desean eliminar. Añadir más si se requiere mediante el botón.
 - b. Rellenar el área de texto con el motivo que lleva a realizar la solicitud
 - c. Seleccionar el campo apropiado al tipo de solicitante en función de:
 - i. Primer campo: solicitante individual
 - ii. Segundo campo: empresa o grupo
5. Adjuntar documentos identificativos en función del tipo de solicitante:

- a. Solicitante individual: documento de identidad completo (anverso y reverso) en formato JPG o PNG de menos de 600k.
- b. Solicitante grupal o empresa:
 - i. Copias de las licencias de negocio
 - ii. Documentos de identidad de los afectados (anverso y reverso)
 - iii. Poder notarial o autorización de los afectados a realizar la solicitud (en caso de peticiones para terceros)
6. Proporcionar un correo electrónico (opción 1) o teléfono (opción 2) de contacto
7. Introducir el código *captcha*
8. Enviar

请选择问题类型

删除快照
 更新快照

请填写具体内容

URL地址：*

添加快照 单次最多可以提交9个快照链接

原因描述

限200字

申请人类型 *

个人
 单位/公司

有效资料上传 *

有效资料格式要求参见[快照删除/更新说明](#)

个人：请提供1.身份证扫描件正反面；2.删除声明

单位/公司：请提供1.营业执照复印件；2.授权委托书（企业委托个人的证明）；3.受托人的身份证扫描件正反面；4.删除声明；5.律师函（如有超过十条链接请提供）

添加附件 请上传小于600k.jpg、png格式图片

联系方式 *

选项

为了及时给您反馈处理信息，请填写联系方式

验证码 *

看不清 换一张

提交

Figura 2. Formulario en Sogou.

Observaciones:

- El tiempo de procesamiento de las solicitudes es de 3 a 5 días hábiles.
- Se recomienda ponerse en contacto en primer lugar con el administrador del sitio donde se encuentra alojada la información originalmente.

2.1.29.- Soso

Tras el auge de Sogou, la compañía decidió dejar de apostar por este y terminaron fusionándose.

2.1.30.- Walla!

Enlace: <http://search.walla.co.il/>

Walla! es un portal web y un motor de búsqueda Israelí, uno de los más populares en el país.

Procedimiento: depende de (ver Google)

2.1.31.- WebCrawler

Enlace: <https://www.webcrawler.com/>

Procedimiento: depende de (ver Google, Yahoo!)

2.1.32.- YaCy

Enlace: <http://yacy.net/>

YaCy es un motor de búsqueda distribuido y libre que utiliza una red *peer-to-peer*³⁸ como infraestructura. Al no contar con un servidor centralizado, son los propios usuarios los que indexan la red y forman un motor de búsqueda en sí mismo, donde no existe la censura. Se trata de software libre bajo licencia GPL v2.

Procedimiento: no existe por la filosofía del buscador.

Observaciones:

- YaCy promueve el libre acceso a la información, sin censura.

³⁸ Una red *peer-to-peer* (P2P), es una red de computadoras en la que todos o algunos aspectos funcionan sin clientes ni servidores fijos, sino una serie de nodos que se comportan como iguales entre sí. Es decir, actúan simultáneamente como clientes y servidores respecto a los demás nodos de la red. Las redes P2P permiten el intercambio directo de información, en cualquier formato, entre los ordenadores interconectados.

- Dado que cada usuario compone un nodo del motor de búsqueda, la indexación de la red depende de estos. No hay un servidor central.
- La censura no tiene cabida, por tanto no es posible eliminar enlaces de búsqueda.

2.1.33.- Yahoo!

Enlace: <https://search.yahoo.com/>

Yahoo! comenzó originalmente como un directorio web de otros sitios web. Más tarde se convirtió en un portal dedicado a las búsquedas, un servicio limitado a aquellos sitios contenidos en su propio directorio de sitios web.

Desde el principio Yahoo! no era proveedor independiente de los resultados de búsqueda que ofrecía. En primer lugar Inktomi, e incluso más adelante el propio Google fueron algunos de los motores de búsqueda que proveían a Yahoo! Search. En el año 2004 llegó el momento en que Yahoo! decidió hacer frente a la competencia comprando el motor de búsquedas propiedad de AltaVista, con lo que consiguió la independencia.

Actualmente, Yahoo! Search mantiene un acuerdo con Bing (motor de búsqueda propiedad de Microsoft), cuya duración se estima hasta el año 2021, por lo que el Bing quien provee los resultados de búsqueda de Yahoo!.

Procedimiento: depende de (ver Bing)

Aplicable a:

DogPile	DuckDuckGo	HotBot	Info.com	Open Directory
Zoo				

2.1.34.- Yandex

Enlace: <https://www.yandex.com/>

Yandex es uno de los buscadores más utilizados en Rusia, de donde es originario.

Procedimiento: no existe.

Observaciones:

- Según apuntan contactos en la empresa, Yandex únicamente refleja información que es accesible de forma general. Para que un enlace sea retirado, se deberá contactar con el sitio enlazado donde se aloja la información.
- Si la empresa no tiene sede ni actividad económica dentro de la Unión Europea, no le afecta la resolución acerca del Derecho al Olvido.
- Podría enviarse una solicitud similar a las incluidas en alguno de los Anexos 3, 4 o 5 y esperar respuesta de la empresa. Los datos de contacto:

Yandex
119021, Moscú, st. León Tolstoi, 16
Tel.: +7 (495) 739-7000
Fax: +7 (495) 739-7070
support@partner.yandex.ru

2.1.35.- Youdao

Enlace: <http://www.youdao.com/>

Youdao es un motor de búsqueda de origen Chino.

Procedimiento: no se ha descrito.

Observaciones:

- La empresa no ha querido pronunciarse al respecto, por lo que se resta la vía del contacto por escrito (feedback@corp.youdao.com)

2.1.36.- Zoo

Enlace: <http://www.zoo.com/>

Zoo es un buscador que ofrece los resultados de búsqueda que obtiene de terceros proveedores.

Procedimiento: depende de (ver Google, Yahoo!)

2.2.- Redes Sociales

2.2.1.- Ask.fm

Enlace: <http://ask.fm/>

Esta red social está dedicada a preguntar a los usuarios. Las preguntas se lanzan de forma anónima o no, y el destinatario las responde públicamente. Los usuarios registrados pueden elegir si permiten que todo el mundo pueda preguntarles o únicamente aquellos con cuenta en la red.

Procedimiento: formulario electrónico. <http://bit.ly/1YrTKOU>

1. Seleccionar la opción "*I Want to Leave Ask.fm*"
2. Completar el formulario con nombre, apellidos y dirección de correo electrónico (presumiblemente aquella asociada a la cuenta).
3. Indicar un título para la petición (*Leave my account*)
4. Indicar la petición en sí:

To Whom It May Concern:

I want to leave my Ask.fm account and delete all the information inside of it. I want also delete all the questions i have made in other profiles because some of this questions contain data that identify me.

Thanks for all.

The screenshot shows a contact form with the following fields:

- Contact Info:**
 - * First Name: [Text input]
 - * Last Name: [Text input]
 - * Email: [Text input]
 - Remember this user
- Ticket Description:**
 - * Summary: [Text input]
 - * Details (maximum 64,000 characters): [Text area]
- Inquiry Type:** A dropdown menu with the following options:
 - Select One --
 - Bullying
 - Report a Fake Account
 - Can't Login
 - Spam or Scam
 - Technical Problem
 - Underage User
 - Other Violation
 - Advertising
 - Media Request

Figura 3. Formulario en Ask.com

Observaciones:

- El borrado podría no surtir efecto fuera de la red, si se han dado permisos a otras redes o servicios de terceros para que accedan o publiquen el contenido del perfil.

2.2.2.- Badoo

Enlace: <https://badoo.com/>

Badoo es una red social que permite conocer gente nueva a través de Internet. Podría clasificarse dentro de la categoría de redes sociales dirigidas a buscar pareja, encuentro esporádico o amistades.

Procedimiento A: formulario electrónico. <https://badoo.com/es/feedback/>

1. Seleccionar la opción "Cuestión general"
2. Completar el formulario con nombre, correo electrónico asociado a la cuenta
3. Indicar la petición en sí:

A quien corresponda:

*Deseo eliminar mi cuenta en Badoo, así como toda la información que contiene.
Gracias.*

Técnicas y Procedimientos para el ejercicio del Derecho al Olvido en Internet

Paso 1 de 2
Elige el asunto más apropiado para tu problema en la siguiente lista:

Cuestión general
 Problema técnico
 Cuestión sobre pagos
 Sugerir nuevas ideas o servicios

Nombre*

Cuenta de correo*

Paso 2 de 2
¿Cómo podemos ayudarte?

Redacta tu solicitud lo más detallada que puedas y nosotros intentaremos responderle lo antes posible.

Mensaje*

Adjuntar captura de pantalla No has adjuntado ninguna captura de pantalla

Enviar mensaje o [Cancelar](#)

Figura 4. Formulario en Badoo.

Procedimiento B: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

1. Iniciar sesión en Badoo, apartado de configuración de perfil de usuario.
2. Seleccionar eliminar cuenta y completar los pasos que puedan requerirse.

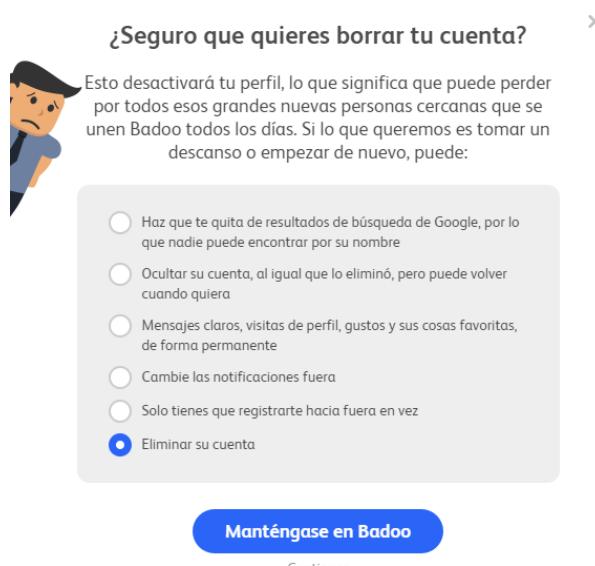


Figura 5. Selección de borrado en Badoo.

Observaciones:

- La cuenta se desactivará durante 30 días, durante los cuales puede ser recuperada; después se elimina definitivamente.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 30 días desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.

2.2.3.- Bebo

Enlace: <https://www.bebo.com/>

Bebo es similar a otras redes sociales, te permite: compartir fotos, enlaces, vídeos, aficiones e historias con quien quieras desde un solo lugar, conectar con amigos, familiares, compañeros de clase o de trabajo y nuevas amistades (aunque sean miembros de otra red social), recibir recomendaciones sobre música, vídeos, artículos y juegos, conocer a otros usuarios con gustos similares, dibujar en una pizarra virtual o en la de otros miembros.

Procedimiento: contacto mediante correo electrónico. (Ver modelo en Anexo 7)

Se deberá redactar un email dirigido al departamento de soporte de Bebo, solicitando la baja en la red, y el borrado de los datos asociados a la cuenta.

Customer Support

Pigs In Flight, Inc. d/b/a Bebo and Bebo.com

*387 Tehama Street
San Francisco, CA 94103
support@bebo.com*

Observaciones:

- Debido a que es la empresa quien ha de dar una respuesta, solicitando los datos necesarios para el borrado de la cuenta, el correo electrónico debería incluir aquella información básica que nos identifique como propietarios de la cuenta: correo electrónico asociado a esta, nombre de usuario, incluso alguna prueba de la identidad como un documento de ídem.

2.2.4.- Facebook

Enlace: <https://www.facebook.com/>

Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard. Su propósito era diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet. Fue tan innovador su proyecto que con el tiempo se extendió hasta estar disponible para cualquier usuario de la red.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.
https://www.facebook.com/help/delete_account

1. Iniciar sesión en Facebook y acceder al enlace
2. Pulsar "Eliminar mi cuenta"
3. Completar el formulario:
 - a. Introducir la contraseña de usuario
 - b. Completar el reto propuesto
4. Aceptar el borrado

Observaciones:

- La cuenta permanece desactivada durante 14 días, durante los cuales es posible recuperarla; después es eliminada.
- El borrado de datos puede tardar hasta 90 días
- Algunos de los datos que se han volcado en la red no desaparecen, como es el caso de los mensajes intercambiados con otros usuarios de forma privada (chat) y que permanecen en sus perfiles.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 14 días desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.
- Repetir el proceso hasta 90 días después

2.2.5.- Flickr

Enlace: <https://www.flickr.com/>

Esta red social está concebida para el almacenamiento ordenado, las búsqueda y la venta y/o compartición de fotografías originales a través de Internet. Se hace un gran hincapié en el respeto a los derechos de propiedad intelectual de los usuarios. Flickr es propiedad de Yahoo!.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

1. Iniciar sesión en Flickr
2. Acceder al apartado "Tu Cuenta"
3. Seleccionar "Eliminar tu cuenta de Flickr"
4. Leer y aceptar los mensajes que aparecen
5. Introducir la contraseña de usuario
6. Marcar el mensaje "Si, lo comprendo perfectamente..."
7. Pulsar "Eliminar mi cuenta"

Observaciones:

- En el caso de que lo que encontremos navegando por Flickr sea la publicación de imágenes que violan nuestros derechos de propiedad intelectual, podemos emitir una reclamación a Yahoo!
 - vía formulario electrónico (si se tiene aún la cuenta).
<https://policies.yahoo.com/us/en/yahoo/ip/index.htm>
 - vía correo electrónico o postal. (Ver modelo en Anexo 8)

Designated Agent

Copyright Agent

c/o Yahoo! Inc.

701 First Avenue

Sunnyvale, CA 94089

Phone: (408) 349-5080

Fax: (408) 349-7821

Email: copyright@yahoo-inc.com

2.2.6.- Fotolog

Enlace: <http://www.fotolog.com/>

Red social dedicada a la publicación de fotografías.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

1. Iniciar sesión en Fotolog
2. Acceder a la sección "Editar mis parámetros" desde el menú de usuario (informaciones de contacto)
3. Seleccionar "Desactivar cuenta"
4. Seguir los pasos del proceso

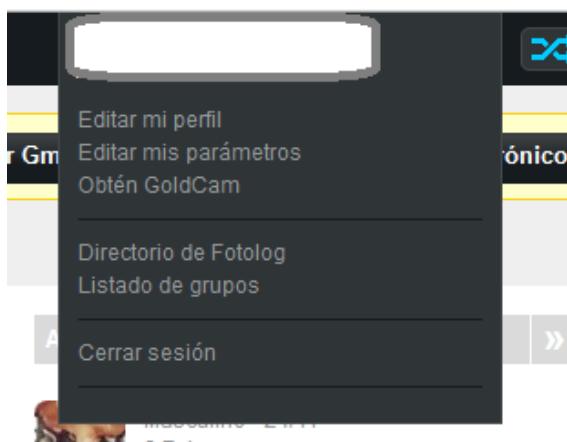


Figura 6. Menú de usuario en Fotolog.

CONFIGURACIÓN DEL USUARIO

- Conexión
- Informaciones de contacto
- Comentarios
- Notificaciones
- Desactiva tu cuenta

Figura 7. Selección de desactivación de cuenta en Fotolog.

¿SEGURO QUE QUIERES DESACTIVAR TU CUENTA?

Motivo por el que quieres desactivar tu cuenta (campo obligatorio):

- Esto es temporal. Volveré.
- Me han robado la cuenta.
- Fotolog no me parece útil.
- Tengo otra cuenta Fotolog.
- Otro

Por favor, explica con más detalle:

No recibir correo electrónico:

En adelante no quiero recibir mensajes de correo electrónico de Fotolog.

Confirmar

Cancelar

Figura 8. Formulario en Fotolog.

Observaciones:

- La cuenta se desactiva durante 30 días, durante los cuales es posible recuperarla; después se elimina.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 30 días desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.

2.2.7.- Google Plus

Enlace: <https://plus.google.com/>

La red social de Google.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.
<http://bit.ly/1OqhLRJ>

1. Iniciar sesión en Google y acceder al enlace (o bien información de cuenta > *Data Tools > Account management* y pulsar *Delete Products*)
2. Seleccionar Eliminar productos (*Delete Products*)
3. Seleccionar Google Plus entre los productos de la cuenta.
4. Aceptar la eliminación

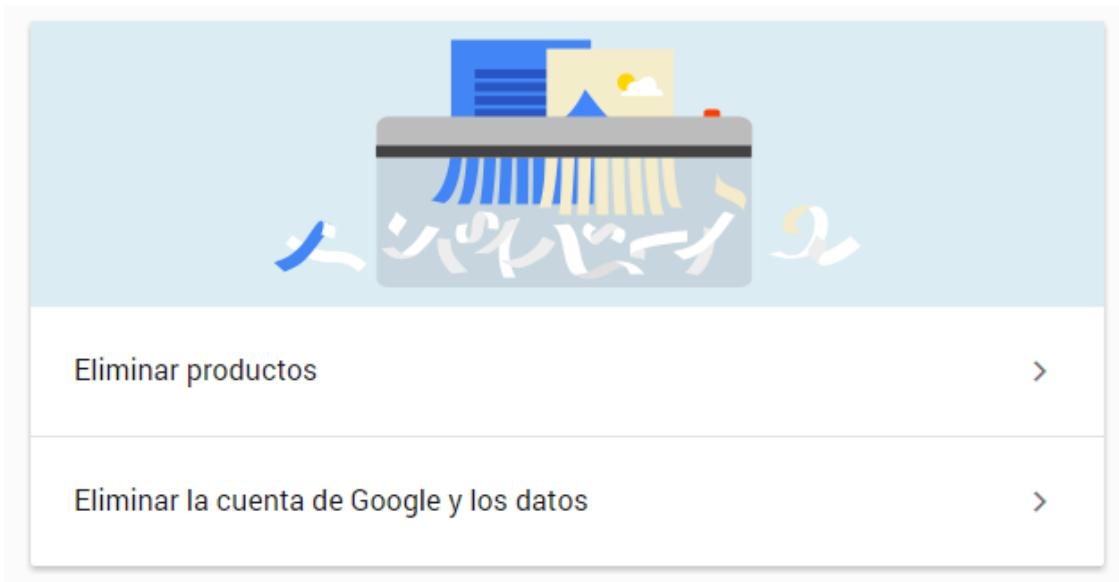


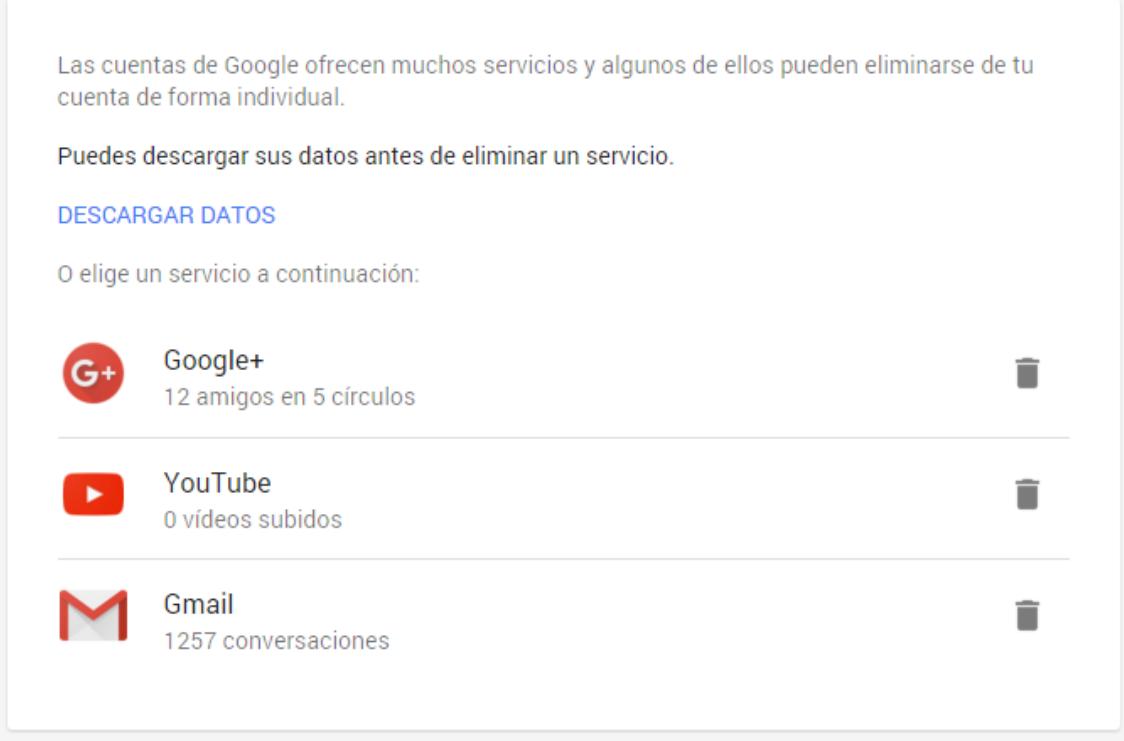
Figura 9. Selección de borrado de productos en Google.

Las cuentas de Google ofrecen muchos servicios y algunos de ellos pueden eliminarse de tu cuenta de forma individual.

Puedes descargar sus datos antes de eliminar un servicio.

DESCARGAR DATOS

O elige un servicio a continuación:



Servicio	Detalles	Opción de Eliminación
Google+	12 amigos en 5 círculos	Reciclar
YouTube	0 vídeos subidos	Reciclar
Gmail	1257 conversaciones	Reciclar

Figura 10. Eliminación de un producto en Google.

Observaciones:

- La dependencia entre los productos de Google es alta. Hay que tener cuidado al eliminarlos.
- Productos como YouTube se verán gravemente afectados. No así el correo electrónico Gmail.
- Las fotografías no serán eliminadas y podrán accederse desde Picassa. Deberán ser eliminadas manualmente desde este servicio.
- Las páginas o grupos creados en Google Plus, no serán borrados. Deberán ser eliminados manualmente antes de cerrar la cuenta.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 30 días desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.

2.2.8.- Instagram

Enlace: <https://instagram.com/>

Instagram es una red social para compartir fotos y videos. Una característica distintiva de la aplicación es que da una forma cuadrada a las fotografías en honor a la Kodak Instamatic y las cámaras Polaroid.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<https://instagram.com/accounts/remove/request/permanent/>

1. Iniciar sesión en Instagram y acceder al enlace
2. Elegir un motivo para eliminar la cuenta
3. Introducir la contraseña de usuario
4. Pulsar "Eliminar cuenta permanentemente"

Eliminar la cuenta

Hola, [REDACTED]

Lamentamos que quieras eliminar tu cuenta.

Si te preocupan los cambios de nuestras Condiciones del servicio, hemos aclarado algunos problemas sobre los que nos han preguntado los usuarios.

Si lo que quieras es tomarte un respiro, siempre puedes [inhabilitar temporalmente tu cuenta de Instagram](#)

¿Por qué quieres eliminar tu cuenta?

Para continuar, vuelve a introducir tu contraseña

Si pulsas el siguiente botón, tus fotos, comentarios, Me gusta, amistades y el resto de datos se **eliminarán permanentemente** y no se podrán recuperar. Si en el futuro decides crear otra cuenta de Instagram, no podrás registrarte con el mismo nombre de usuario.

Eliminar mi cuenta permanentemente

Figura 11. Formulario en Instagram.

Observaciones:

- No se podrá eliminar la cuenta desde fuera del perfil de usuario, ni siquiera contactando con la red.
- Los nombres de usuario no se reutilizan
- La petición debe hacerse desde la versión web.
- Los datos pueden permanecer un tiempo indefinido en los servidores a modo de copia de seguridad.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 30 días desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.

2.2.9.- LinkedIn

Enlace: <https://es.linkedin.com/>

LinkedIn es un sitio web orientado a negocios y la búsqueda de empleo, donde los usuarios comparten información de tipo curricular.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

1. Iniciar sesión en LinkedIn
2. Ir a perfil, "privacidad y configuración"
3. Seleccionar "cerrar tu cuenta" en el apartado Cuenta
4. Seleccionar un motivo para cerrar la cuenta
5. Verificar los datos y confirmar la eliminación

Observaciones:

- La cuenta de correo electrónico usada vuelve a estar disponible para crear otra cuenta pasadas 24 horas desde el borrado de la primera.

2.2.10.- Mobli

Enlace: <https://www.mobli.com/>

Mobli es una red social dedicada a la compartición de fotografías y videos más o menos cortos al estilo de otras similares. Permite la emisión de video en *streaming* y se caracteriza por su mayor permisión con el contenido de las imágenes / videos.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<https://www.mobli.com/me/delete>

1. Iniciar sesión en Mobli
2. Acceder al enlace (<https://www.mobli.com/me/delete>)
3. Aceptar el mensaje de confirmación

Observaciones:

- La petición debe hacerse desde la versión web.

2.2.11.- MySpace

Enlace: <https://myspace.com/>

MySpace es una red social al estilo de otras que permiten la compartición de imágenes, texto, video, música, etc., así como el mantenimiento de un perfil. Esta muy orientado a perfiles musicales donde dar a conocer el trabajo de grupos y cantantes.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<https://myspace.com/settings/profile>

1. Iniciar sesión en MySpace y acceder al enlace (página de configuración del perfil de usuario)
2. Seleccionar "Eliminar cuenta"
3. Elegir un motivo
4. Confirmar la eliminación

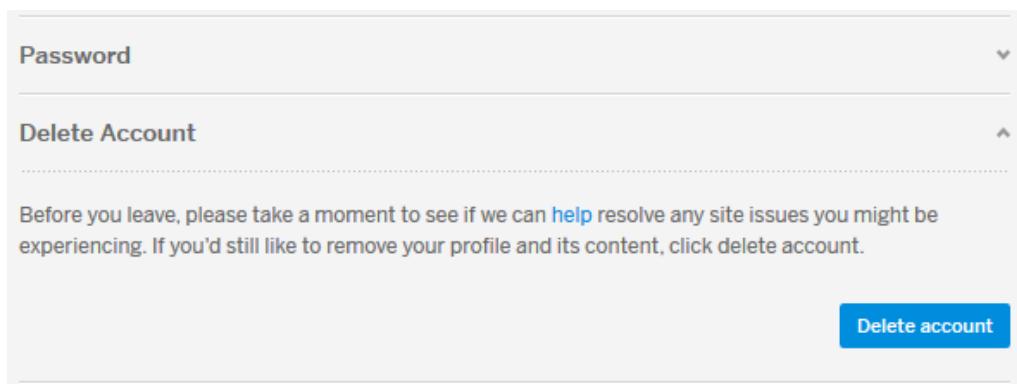


Figura 12. Selección de borrado en MySpace.

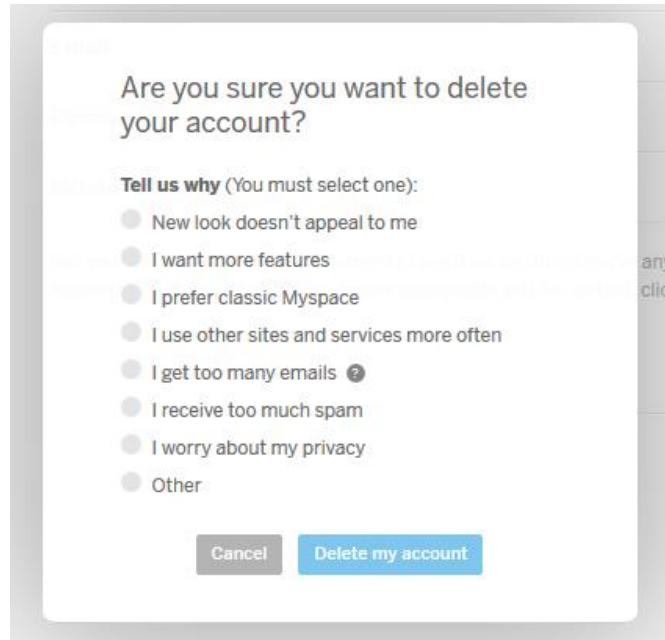


Figura 13. Confirmación de borrado en MySpace.

2.2.12.- Netlog

Enlace: <http://netlog.com>

Netlog fue una red social de origen belga especialmente focalizada en la juventud de Europa y América Latina. El 30 de septiembre de 2014 Netlog anunció su cierre, para fusionarse posteriormente con la red social Twoo.

Procedimiento: las cuentas fueron cerradas, previo aviso al usuario quien podía trasvasarlas a la red Twoo (ver Twoo).

2.2.13.- Orkut

Enlace: <https://orkut.google.com/>

Orkut fue una red social promovida por Google desde enero del año 2004 y que estuvo activa hasta finales de junio del año 2014. La red estaba diseñada para permitir a sus integrantes mantener sus relaciones existentes y hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas.

Procedimiento: la red no existe ya, pero se conserva un historial de conversaciones, donde quizás puedan encontrarse datos personales. Para eliminarlos, existe un procedimiento electrónico común para todos los productos de Google.

<https://support.google.com/orkut/?hl=en>

1. Iniciar sesión en Google, ir a la información de cuenta.
2. Pulsar en *Data Tools* (Herramientas de datos)
3. Seleccionar *Account management* (Gestión de cuenta) y pulsar *Delete Products* (Eliminar productos)
4. Pulsar *Remove Orkut permanently*

Goodbye to Orkut

Orkut was officially shut down [on September 30, 2014](#), but you can view public community discussions in the [Community Archive](#).

[GO TO THE COMMUNITY ARCHIVE](#)

Other things you can do:

[Delete your posts from the Community Archive](#)

To delete all your posts, you'll need to remove Orkut from your Google Account.

1. [Go to your Google account](#).
2. Click **Data tools** at the top.
3. Next to "Account management," click **Delete products**.
4. Click **Remove Orkut permanently**. Within a few days, all of your Orkut information will be deleted, including anything you posted in Orkut communities.

[GO TO MY GOOGLE ACCOUNT](#)

[Report something in the Community Archive](#)

[Save your photos, scraps, & testimonials](#)

Figura 14. Opciones de gestión para Orkut.

Observaciones:

- La información se elimina en unos días.
- Hay que tener cuidado al eliminar productos de Google, por las posibles conexiones entre ellos, y como pueden afectarse entre sí.

2.2.14.- Pinterest

Enlace: <https://pinterest.com/>

Pinterest es una plataforma para compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, hobbies y mucho más.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

1. Iniciar sesión en Pinterest
2. Pulsar sobre el nombre de usuario para acceder al perfil
3. Acceder al menú de configuración
4. Pulsar sobre *Deactivate Account* (Desactivar cuenta) al final de la página

5. Pulsar *Permanently close my account* (Cerrar mi cuenta permanentemente) al final de las opciones
6. Confirmar el borrado
7. En el email de confirmación, pulsar sobre *Yes, close account* (Si, cerrar cuenta) para confirmar el borrado

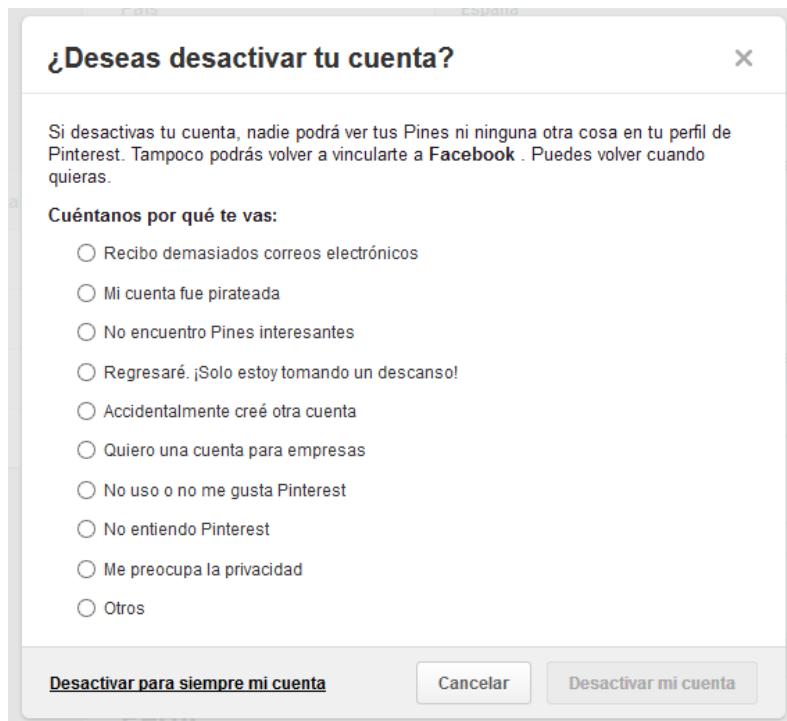


Figura 15. Selección de borrado en Pinterest.

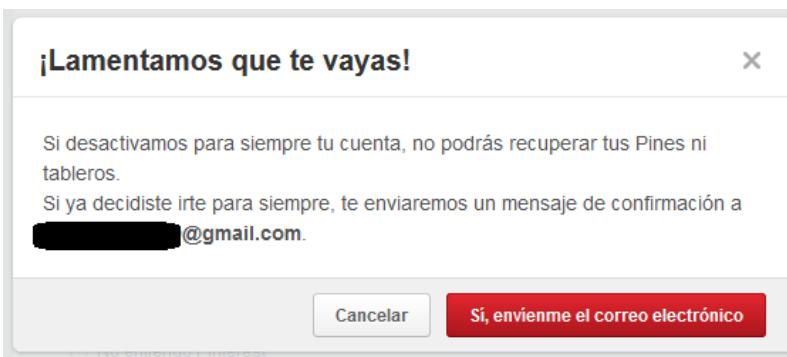


Figura 16. Confirmación de borrado en Pinterest.

Observaciones:

- La cuenta permanece desactivada durante 14 días, durante los cuales es posible recuperarla; después es eliminada.

2.2.18.- Reddit

Enlace: <https://www.reddit.com/>

Reddit es un sitio web de marcadores sociales y agregador de noticias donde los usuarios pueden dejar enlaces a contenidos web. Otros usuarios pueden votar a favor o en contra de los enlaces, haciendo que aparezcan más o menos destacados.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

1. Iniciar sesión en Reddit
2. Acceder a las preferencias del perfil y pulsar la pestaña de borrado
3. Completar el formulario introduciendo un motivo, el nombre y contraseña de usuario.
4. Confirmar el borrado y aceptar.

The image shows a screenshot of the Reddit account deletion form. It consists of several input fields and sections:

- eliminar tu cuenta de reddit**
- isentimos que tengas que irte!**

 - si estás teniendo problemas con reddit, porfavor considera [contactarnos](#) sobre ellos antes de borrar tu cuenta.
 - borrar tu cuenta no borrara el contenido de las publicaciones y comentarios que hayas hecho en reddit. para hacerlo, porfavor borralos individualmente.

- ¿por qué quieres borrar tu cuenta? (opcional)**
- información de la cuenta (por cuestiones de seguridad)**

 - nombre de usuario
 - contraseña

- confirmación**

 - Entiendo que las cuentas eliminadas no son recuperables.

- eliminar cuenta**

Figura 17. Formulario en Reddit.

Observaciones:

- El borrado de la cuenta NO elimina el contenido publicado, por lo que debe hacerse individualmente antes de borrar la cuenta.
- Los nombres de usuario no se reciclan, por lo que no volverá a estar disponible.
- En caso de encontrar contenido acerca de uno mismo en publicaciones de terceros, deberá cursarse una solicitud por escrito. (Ver modelo en Anexo 9)

reddit, Inc.
548 Market St., #16093
San Francisco, CA 94104-5401
contact@reddit.com

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 30 días desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.

2.2.19.- Sonico

Enlace: <http://sonico.com/>

Sonico fue una red social que tuvo gran popularidad antes de haber sido adquirida a fines de 2014 por la red social Twoo quien fusionó su sitio adquiriendo a los viejos usuarios de la red social Sonico junto con los de la red Netlog, y siendo quien actualmente se encarga de administrar las viejas cuentas de usuarios de las anteriores redes unificadas.

En Sonico los usuarios podían buscar y agregar amigos, crear su perfil personal, administrar su configuración y privacidad, subir fotos y vídeos de YouTube, organizar eventos, desafiar a otros usuarios en juegos e interactuar con otra gente a través de mensajes privados, comentarios, marcas en las fotos y un mensajero instantáneo.

Procedimiento: las cuentas fueron cerradas, previo aviso al usuario que podía trasvasarlas a la red Twoo (Ver Twoo).

2.2.20.- SoundCloud

Enlace: <https://soundcloud.com/>

SoundCloud es una plataforma de distribución de audio en línea en la que sus usuarios pueden colaborar, promocionar y distribuir sus proyectos musicales.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.
<http://soundcloud.com/settings/account>

1. Iniciar sesión en SoundCloud y acceder al enlace (apartado de configuración).
Presionar *Delete Account*.

2. Elegir un motivo y marcar la opción "Si, quiero eliminar mi cuenta y todos mis tracks de audio y stats"
3. Aceptar

Observaciones:

- Durante un tiempo sin especificar la cuenta permanece desactivada y recuperable mediante contacto con la empresa vía formulario (<http://help.soundcloud.com/customer/portal/emails/new>) o vía postal:

Contact Information
SoundCloud Limited
Rheinsberger Str. 76/77
10115 Berlin
Phone: +49 30 467 247 600

- El borrado debe hacerse desde la versión web.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 30 días desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.
- Repetir el proceso hasta 12 meses después de la solicitud.

2.2.21.- Taringa!

Enlace: <http://www.taringa.net/>

Taringa es una red social de origen argentino cuyo mayor atractivo son los post al estilo foro donde los usuarios pueden crear artículos extensos con texto, imágenes y videos. Los post organizan en 30 categorías temáticas y por medio de un sistema de puntos, los usuarios pueden evaluarlos, se pueden comentar, guardar en favoritos, compartirlos en otras redes sociales o dentro del sitio.

Procedimiento (de Desactivación): no es posible borrar la cuenta en Taringa, únicamente desactivarla mediante procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<http://www.taringa.net/cuenta>

1. Iniciar sesión en Taringa y acceder al enlace (o al apartado "Cuenta" mediante el perfil)
2. Seleccionar la pestaña señalada con un candado.
3. Pulsar el botón "Desactivar cuenta" al final de la página
4. Confirmar la acción

Observaciones:

- La desactivación no elimina contenido, solo lo oculta. Seguirá apareciendo en los buscadores y en la caché de los equipos.

Técnica A: borrado manual de datos y desvinculación del correo electrónico.

1. Iniciar sesión en Taringa
2. Eliminar uno a uno todos los post publicados e incluso los comentarios escritos en otros perfiles.
3. Borrar toda la información posible del perfil de usuario, incluidas imágenes de perfil (o sustituirlas por otras irrelevantes)
4. Solicitar la desactivación de la cuenta (Ver Procedimiento de Desactivación)
5. (Recomendable) Dar de baja la cuenta de correo electrónico que se usó para el registro y con la cual se accede (ver SaaS. Servicios en la nube y correo electrónico)

Técnica B: pedir o provocar el *baneo*³⁹ permanente de la cuenta por medio de un moderador.

Las condiciones de Taringa exponen que una cuenta podrá ser baneada permanentemente si en ella se publica contenido de tipo ofensivo, pornográfico, relacionado con la piratería, morboso o de mal gusto, xenófobo, etc. Pueden leerse las condiciones completas en <http://www.taringa.net/protocolo/>

Los caminos en esta vía son:

- Provocar el baneo incumpliendo sistemáticamente estas normas
- Solicitar por escrito el baneo a un moderador. La lista de moderadores y sus correos electrónicos de contacto puede consultarse en

³⁹ En la jerga de Internet el *baneo* es el estado en el que se encuentra un usuario al que se le ha prohibido el acceso a un recurso tal que un chat, foro, un servidor, etc. El *baneo* es, pues, una restricción ya sea total, parcial, temporal o permanente, dentro de un sistema informático. Al igual que muchos otros términos de la jerga informática, *ban* proviene del inglés y significa "prohibición".

<http://ayuda.itaringa.net/customer/portal/articles/1032390-listado-de-moderadores>

Técnica C: interpones denuncia por reclamación de derechos de propiedad intelectual mediante formulario electrónico. <http://www.taringa.net/denuncia-publica/formulario>

1. Completar los datos solicitados:
 - a. Nombre completo
 - b. Correo electrónico de contacto
 - c. Enlace (URL) al post que se desea denunciar
 - d. Motivo de la denuncia: Viola derechos de autor, Contiene información personal, etc.
2. Exponer la denuncia
3. Confirmar

Técnica D: contacto mediante formulario electrónico.

<http://ayuda.itaringa.net/customer/portal/emails/new>

1. Completar el formulario con los datos solicitados:
 - a. Nombre de usuario
 - b. Correo electrónico
 - c. Seleccionar sección a la que pertenece la solicitud
 - d. Asunto del mensaje
2. Exponer la solicitud
3. Confirmar y esperar respuesta

Observaciones:

- Esta red social no se caracteriza por su rápida respuesta a las consultas de los usuarios, en especial con el tema del borrado de cuentas.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 30 días desde la aplicación de cualquiera de las técnicas, tratar de encontrar el perfil o su contenido mediante los buscadores habituales.
- Tratar de encontrar el perfil "eliminado" desde otra cuenta en la red.

2.2.24.- **Trombi**

Enlace: <https://www.trombi.com/>

Trombi es una red social que ayuda a sus miembros a encontrar amigos de la guardería, colegio, universidad, etc.

Procedimiento A: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

1. Iniciar sesión en Trombi
2. Acceder a la sección de Ayuda (al final de cada página)
3. Seleccionar "Registrarse" y "¿Cómo puedo borrar mis datos de Trombi.com?"
4. Pulsar en enlace y seguir los pasos

Procedimiento B: contacto mediante correo electrónico o postal.

*Trombi Acquisition
52 bd Sébastopol
75003 Paris
vieprivee@trombi.com*

2.2.25.- **Tuenti**

Enlace: <https://www.tuenti.com>

Propiedad de la compañía de telefonía española Telefónica, fue la red social más popular en España entre los años 2009-2012.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.
<http://bit.ly/1MAqGiP>

1. Iniciar sesión en Tuenti y acceder al enlace (preferencias del perfil)
2. Seleccionar eliminar cuenta
3. Seleccionar motivo
4. Introducir la contraseña de usuario y confirmar

Eliminar cuenta

Por favor, selecciona el motivo para ayudarnos a mejorar .Tuenti

- Motivo Me siento inseguro o tengo algún problema con mi cuenta en .Tuenti
(elige uno) Paso demasiado tiempo en .Tuenti
 Mi cuenta no me resulta útil.
 Tengo la intención de crear otra cuenta en el futuro
 Me preocupa mi privacidad en .Tuenti
 No sé cómo utilizar .Tuenti
 Tengo otra cuenta en .Tuenti
 Otro

Más información

¿Seguro que quieres perder todos los contenidos que tienes en .Tuenti?

- Contenido que perderás
(marca todas las casillas)
- Todos mis amigos en .Tuenti
 Fotos que haya subido y todas mis etiquetas
 Notificaciones de cumpleaños de amigos
 Todos mis comentarios en tablones o en fotos
 Todos los momentos compartidos
 Cualquier otra información asociada a mi cuenta

Figura 18. Formulario en Tuenti.

Observaciones:

- Antiguamente las cuentas podían desactivarse temporalmente. Actualmente esta opción no está disponible y se procede directamente al borrado definitivo.
- Si la cuenta de Tuenti está asociada a una línea de telefonía móvil, la cuenta no puede eliminarse. Es necesario dar de baja la línea de teléfono, y después borrar la cuenta.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 30 días desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.

2.2.26.- Tumblr

Enlace: <https://www.tumblr.com>

Tumblr es una plataforma de *microblogging* que permite a sus usuarios publicar textos, imágenes, vídeos, enlaces, citas y audio.

Procedimiento A: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<https://www.tumblr.com/settings/account>

1. Iniciar sesión en Tumblr
2. Acceder a *Account Settings* (Configuración de cuenta - enlace)
3. Pulsar *Delete Account* (Eliminar cuenta) al final de la página
4. Completar el formulario con el correo electrónico asociado a la cuenta y la contraseña de usuario
5. Confirmar el borrado

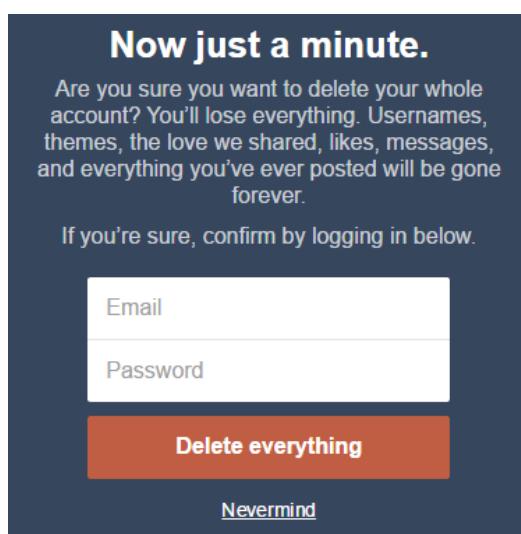


Figura 19. Confirmación de borrado en Tumblr.

Observaciones:

- El contenido de la cuenta tarda un tiempo en ser eliminado y no se garantiza completamente su borrado. Algunos datos pueden permanecer como copias de seguridad, o la caché de los servidores.

Procedimiento B: contacto mediante formulario electrónico.

<https://www.tumblr.com/support>

1. Acceder al formulario
2. Seleccionar la opción "Something else"
3. Completar el formulario detallando la solicitud:

To Whom It May Concern:

I want to leave my Tumblr account and delete all the information inside of it.

Thanks for all.

4. (Opcional, pero recomendable) Indicar el nombre de usuario
5. Indicar un correo electrónico de contacto (preferiblemente el asociado a la cuenta)

Observaciones:

- Deberemos esperar noticias del departamento de soporte, con las indicaciones necesarias para el borrado.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 30 días desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.
- Repetir el proceso hasta 12 meses después de la solicitud.

2.2.27- Twitter

Enlace: <https://twitter.com/>

Twitter es una red de *microblogging* que permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados *tweets*, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden suscribirse a los *tweets* de otros usuarios. Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privatamente mostrándolos únicamente a unos seguidores determinados.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<https://twitter.com/settings/account>

1. Iniciar sesión en Twitter
2. Acceder a la página de Configuración de la cuenta y pulsar sobre Desactivar mi cuenta en la parte inferior de la página
3. Pulsar sobre De acuerdo, desactivar cuenta.
4. Escribir la contraseña de usuario y verificar el proceso.

Observaciones:

- La cuenta permanece desactivada durante 30 días, durante los cuales es posible recuperarla; después es eliminada.
- El proceso debe hacerse desde dentro del perfil de usuario
- El borrado debe hacerse desde la versión web.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 30 días desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.

2.2.28.- Twoo

Enlace: <http://www.twoo.com/>

Red social focalizada en la búsqueda de pareja. Surge tras el cierre de Netlog y Sonico, entre otras, con las que se fusiona.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<http://www.twoo.com/settings>

1. Iniciar sesión en Twoo
2. Acceder a la sección Ajustes (enlace)
3. En la sección Cuenta, elegir la opción Modificar
4. Pulsar "Eliminar cuenta"
5. Seleccionar "Continua y eliminar tu perfil"
6. Introducir la contraseña de usuario y un motivo para borrar la cuenta
7. Aceptar hasta ver mensaje de confirmación

Elimina tu cuenta

Lamentamos que quieras eliminar tu cuenta Twoo.

Ten en cuenta estas opciones antes de eliminar tu cuenta de forma permanente:

- Esconde tu cuenta:** no te mostraremos en los resultados de búsqueda ni en Descubre
- Restaura tu perfil e historial:** empieza con la página en blanco

[Cancelar](#) o [continúa y elimina tu perfil](#).

Figura 20. Selección de borrado en Twoo.

Elimina tu cuenta

Escribe tu contraseña y por favor, dímos la razón por la que nos dejas.

Contraseña

Escribe tu contraseña actual
[¿Has olvidado tu contraseña?](#)

Razón

[Elimina tu cuenta](#) [Cancelar](#)

Figura 21. Confirmación de borrado en Twoo.

Observaciones:

- Durante 6 meses la cuenta permanece desactivada, tiempo durante el cual es recuperable iniciando de nuevo sesión; después se elimina.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 6 meses desde la petición de baja en la red, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.
- Desde otro perfil en la red social, tratar de encontrar el perfil eliminado.
- Repetir el proceso hasta 12 meses después de la solicitud.

Aplicable a:

- Relacionado con Sonico y Netlog

2.2.29.- Vine

Enlace: <https://vine.co/>

Vine es una aplicación que permite crear y publicar vídeos cortos, de una duración máxima de seis segundos, en forma de *loop* (reproducción continua).

Procedimiento A: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

1. Iniciar sesión en Vine
2. Acceder a la sección "*Settings*" (Configuración)
3. Seleccionar la opción "*Deactivate account*". Esta opción puede encontrarse de diferente manera dependiendo la plataforma desde la que se acceda. Así:
 - a. iOS: apartado "*Your Content*", dentro de "*Settings*"
 - b. Android: apartado "*Settings*" directamente
 - c. Windows: apartado "*Your Content*", dentro de "*Settings*"

Procedimiento B: contacto mediante formulario electrónico. En caso de no recordar las claves de acceso, y no contar con cuenta de Twitter desde la que acceder alternativamente. <https://support.twitter.com/forms/vine>

1. Acceder al formulario (enlace)
2. Completar la información requerida:
 - a. Plataforma
 - b. Con respecto a: eliminar mi cuenta
 - c. Descripción del problema:

Deseo eliminar mi cuenta en Vine, pero no recuerdo mi contraseña. No tengo cuenta en Twitter con la que poder loguearme, ya que la eliminé anteriormente.

- -
 - d. Nombre completo
 - e. Nombre de usuario en Vine
 - f. Correo electrónico asociado a la cuenta
 - g. Número de teléfono opcional
3. Enviar y esperar instrucciones

¿Dónde ha tenido este problema?

Con respecto a

Asunto

Descripción del problema

Advertencia de seguridad: no incluya información privada (direcciones, números de teléfono) en esta solicitud. Nunca incluya su contraseña.

Full Name

Your Vine user Id

Desde Configuración, pulse Invitar por correo electrónico y copie el número que se encuentra en "vine://user/[USERID]". Si ya no tiene acceso a esa cuenta, pero puede verla en la búsqueda de Vines, presione el icono "más" (tres puntos) en la esquina superior derecha del perfil. Después, pulse en "Compartir este perfil". Desde ahí verá el ID del Vine.

Nombre de usuario de Twitter (opcional)

Dirección de correo electrónico

Campo obligatorio.

Por favor, incluya la dirección de correo electrónico asociada con su cuenta de Vine o con la cuenta de Twitter utilizada para registrarse en Vine. Lo contactaremos en esta dirección de correo electrónico.

Número de teléfono (opcional)

ENVIAR

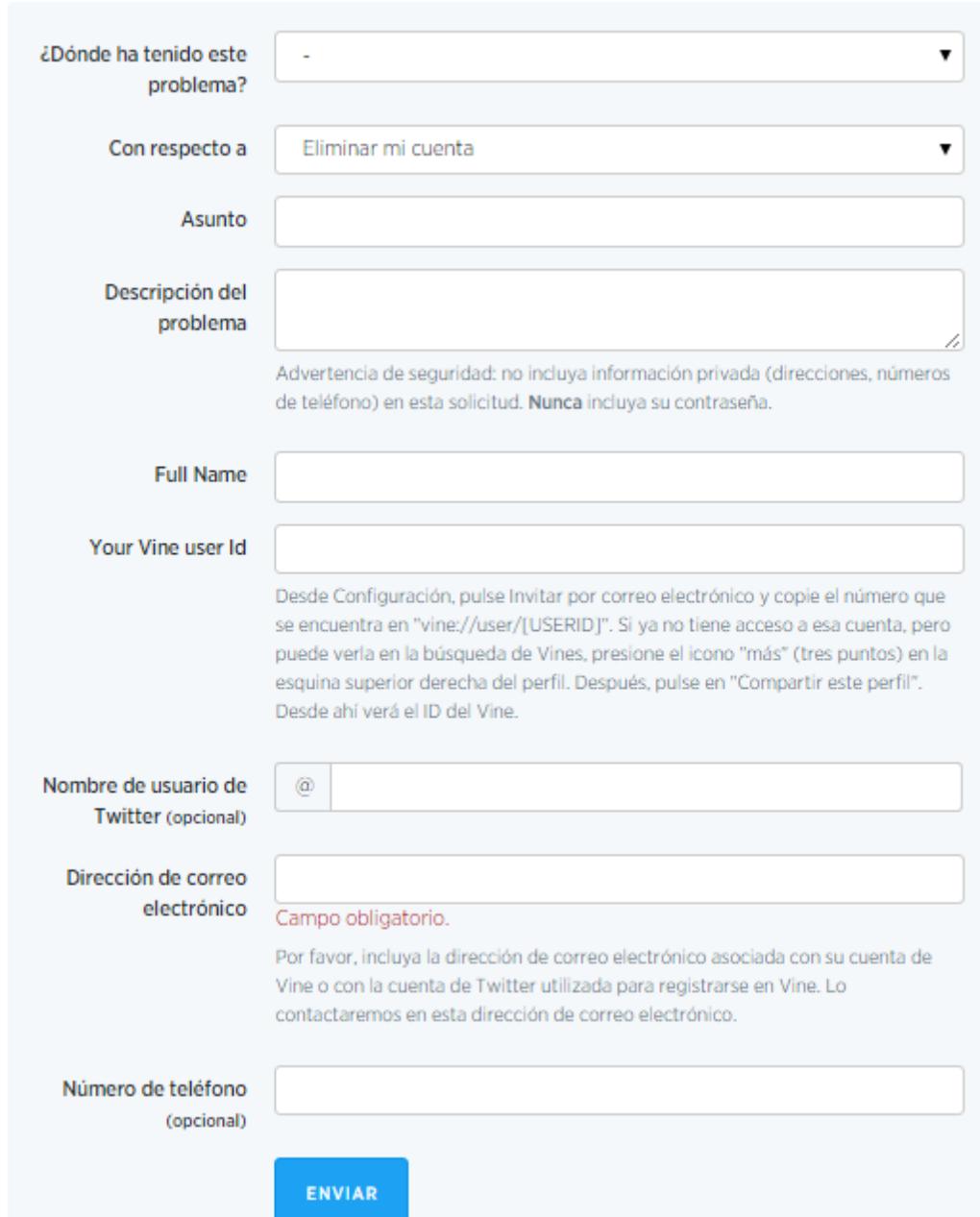


Figura 22. Formulario en Vine.

2.2.30.- VK

Enlace: <https://vk.com/>

Originalmente era un sitio para estudiantes rusos, pero actualmente se puede registrar cualquier persona. Es el sitio más popular de Rusia, Ucrania y Bielorrusia. Debido a su diseño y funcionalidad, a menudo se afirma que VK es un clon de Facebook, no solo por ser un concepto similar, sino por ser un modelo de negocio comparable.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

1. Iniciar sesión en VK
2. Acceder a Configuración de perfil (My Settings)
3. Seleccionar la opción "You can delete your profile here"
4. Seleccionar un motivo
5. Aceptar la eliminación

Observaciones:

- La petición debe hacerse desde la versión web.

2.2.31.- YouTube

Enlace: <https://www.youtube.com/>

YouTube es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir videos. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión y videos musicales, así como contenidos amateur como video blogs.

Procedimiento A: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario Google.

<https://myaccount.google.com/preferences#deleteservices>

1. Iniciar sesión en Google y acceder al enlace
2. Seleccionar "Eliminar productos" y elegir YouTube de entre los disponibles (ver Figura 10)
3. Seleccionar la opción "Quiero eliminar permanentemente mi contenido"
4. Marcar las casillas de verificación
5. Confirmar el borrado

Procedimiento B: procedimiento electrónico desde el canal de YouTube.

https://www.youtube.com/account_advanced

1. Iniciar sesión en YouTube y acceder al enlace
2. Pulsar "Eliminar canal" en la parte inferior de la página
3. Introducir los datos que se soliciten y confirmar el borrado del canal de forma permanente (paso común al Procedimiento A)

Observaciones:

- La petición debe hacerse desde la versión web.
- YouTube tiene vinculación con Google Plus desde noviembre de 2013; los comentarios en videos, o mensajes creados a partir de dicha fecha no serán eliminados a menos que se elimine el perfil en Google Plus (Ver Google Plus)

2.3.- Documentos de la administración pública: Boletines Oficiales

En primer lugar, y antes que nada, debe entenderse que los Boletines Oficiales se encuentran al amparo de una serie de leyes y/o decretos que regulan su actividad. El Boletín Oficial del Estado (BOE) se encuentra regulado por el Real Decreto 181/2008 de 8 de febrero; por su parte, los Boletines Oficiales de las Comunidades / Provincias están regulados por la Ley 5/2002 de 4 de abril.

Para todos ellos se manifiesta la obligatoriedad de publicar cuantas disposiciones, ordenanzas, resoluciones, edictos, anuncios, actos o acuerdos de las distintas administraciones públicas y de la Administración de Justicia, deban ser insertados en el mismo en virtud de disposición legal o reglamentaria, así como otros actos o anuncios que aquellas les remitan. Por tanto es verdad que la publicación en Boletines Oficiales se hace en cumplimiento de la Ley y tiene que soportarla su destinatario (publicación para notificar un acto administrativo, publicación de sanción para general conocimiento y ejemplaridad, etc.). Sin embargo esto no tiene por qué conllevar la aceptación sin más de la publicación de todos los datos personales al completo (Documento Nacional de Identidad, nombre completo, etc.).

La publicación oficial de datos personales no debería de convertirse en un acto perjudicial, sino meramente informativo. Por ello, debería de limitarse a los datos esenciales que permitan conciliar el derecho a la información del público con el derecho a la privacidad de los individuos (por ejemplo, publicando resoluciones con datos personales incompletos, pero de suficiente relevancia para que el interesado se dé por aludido y el público por enterado). Por último hay que añadir que los datos publicados en un Boletín Oficial no tienen fecha de expiración, por lo que resurge el problema de la memoria de los datos en la red.

El procedimiento para conseguir que algún Boletín Oficial elimine un dato incómodo no es sencillo. Ver cada uno de los procedimientos mostrados, y seguirlos para su aplicación individual y secuencial.

Procedimiento A: contactar con los motores de búsqueda necesarios para tratar de retirar el dato de los resultados de búsqueda en caso de aparecer. Esta petición servirá más adelante para adjuntarla junto con la petición de retirada en otros procedimientos. (ver Buscadores)

Procedimiento B: contactar con la Agencia Estatal del Boletín Oficial del Estado (AEBOP - <https://extranet.boe.es/quejas/>), o la Diputación correspondiente al Boletín Oficial de la Provincia del que se desea eliminar el dato. A estos, se les remitirá la petición de retirada por alguna de las dos vías disponibles:

1. Vía telemática, mediante certificado digital (<https://extranet.boe.es/quejas/telematica.php>):
 - a. Acceder al enlace, proporcionar el certificado y llenar la solicitud:
 - i. Identificación del medio preferente o del lugar que se señale a efectos de notificaciones.
 - ii. Hechos y razones en que se concrete, con toda claridad, la queja o sugerencia
 - iii. Órgano, centro o unidad administrativa a la que se dirige.
2. Vía postal, mediante formulario (<https://extranet.boe.es/quejas/formulario.pdf>):
 - a. Acceder al enlace y llenar el formulario incluyendo:
 - i. Apellidos y nombre
 - ii. Número y tipo de documento de identidad.
 - iii. Identificación del medio preferente o del lugar que se señale a efectos de notificaciones.
 - iv. Hechos y razones en que se concrete, con toda claridad, la queja o sugerencia. Si se necesita más espacio del disponible en el formulario, se podrán añadir las hojas necesarias.
 - v. Lugar, fecha y firma.
 - vi. Órgano, centro o unidad administrativa a la que se dirigen.
 - b. Enviar el formulario de alguna de las siguientes formas:
 - i. **De manera presencial**, en el registro de la *Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, Avenida de Manoteras, 54, 28050 Madrid.*
 - ii. En los **registros** de cualquier órgano administrativo que pertenezca a la Administración General del Estado, a la de cualquier Administración de las Comunidades Autónomas, o

a alguna de las entidades que integran la Administración Local si, en este último caso, se hubiese suscrito el oportuno convenio. Consultar la relación de oficinas de registro de la AGE y convenios con las Entidades Locales (<http://bit.ly/1ToAAXf>).

- iii. En las **oficinas de Correos**, en la forma reglamentariamente establecida conforme al "Real Decreto 772/1999, de 7 de mayo, por el que se regula la presentación de solicitudes, escritos y comunicaciones ante la Administración General del Estado, la expedición de copias de documentos y devolución de originales y el régimen de las oficinas de registro".
- iv. En las **representaciones diplomáticas u oficinas consulares** de España en el extranjero.

Se deberá hacer hincapié en el cumplimiento del primer punto, para evitar que nos remitan a él como primera vía de salida.

Procedimiento C: en el caso de no obtener resultados, se deberá acudir a la Agencia Española de Protección de Datos, ante la que se interpondrá la reclamación. (<http://bit.ly/1NE6Iaq>) A esta, se le remitirá la petición de retirada por alguna de las dos vías disponibles:

1. Vía telemática, mediante certificado digital (<http://bit.ly/1MZMtyx>)
2. Vía postal, mediante formulario (<http://bit.ly/1XCKEMT>):
 - a. Acceder al enlace y llenar el formulario incluyendo:
 - i. Tipo de solicitante (Persona Jurídica/Empresa)
 - ii. Nombre completo o razón social (Agencia Estatal del Boletín Oficial del Estado)
 - iii. Documento de Identidad
 - iv. Dirección postal, país, provincia, localidad y código postal
 - v. (Opcional) Teléfono y correo electrónico de contacto
 - vi. Seleccionar el tipo de Asunto Denunciado en la lista desplegable (Internet)

- vii. Seleccionar el tipo de Detalle del Asunto Denunciado en la lista desplegable (Administración Electrónica / Publicación de Datos)
- viii. Describir los hechos con precisión, haciendo referencia a todos los caminos previos que se hayan seguido (ver Procedimiento A), así como todos aquellos documentos que se aportarán en su caso (correos electrónicos, denuncias, etc.)

 Formulario Presentación de Denuncias

Datos del Denunciante

* Tipo	Persona Física
* Nombre	
* Apellidos	
Razón Social	
* NIF/NIE	
Entidad a la que representa	
* Calle	
* Número	
Portal	
Escalera	
Piso	
Puerta	
* País	ESPAÑA
* Provincia	-- Seleccione Provincia --
* Localidad	
* Código Postal	
Teléfono	
Fax	
Correo Electrónico	

* Campos Obligatorios

Figura 23. Formulario de datos del demandante en AEPD.

Hechos Denunciados

Señale con la mayor precisión posible el tipo de infracción en los campos de tipificación y subtipificación con el objeto de determinar con la mayor claridad los hechos denunciados.

* Asunto denunciado	-- Seleccione Tipificación --
* Detalle de asunto denunciado	-- Seleccione Tipificación --

Describa los hechos motivo de la denuncia, señalando las evidencias haciendo mención a los documentos que se anexarán a la misma e incluyendo los números de referencia de denuncias o procedimientos relacionados que hayan sido presentados con anterioridad por el denunciante ante esta Agencia.

* Descripción de los hechos

Número de caracteres introducidos en la descripción: 0
 Número mínimo de caracteres: 300
 Número máximo de caracteres: 3500

* Campos Obligatorios

[Siguiente](#) [Limpiar](#)

Figura 24. Formulario de hechos denunciados en AEPD.

- b. Continuar y llenar el formulario con los datos del denunciado:
- i. Tipo de denunciado (Administraciones Públicas)
 - ii. Organismo (Agencia Estatal del Boletín Oficial del Estado)
 - iii. (Opcional) CIF
 - iv. Datos opcionales de contacto (dirección postal, etc.)
 - v. Añadir tantos denunciados como se requiera (en este caso, únicamente la AEBOE)

 Formulario Presentación de Denuncias

2.- Añadir entidades o personas denunciadas

Datos del denunciado

En este apartado se incluirán los datos de los presuntos responsables involucrados en la infracción denunciada. Se podrá añadir más de un responsable pulsando el botón "Añadir". En el caso de ser desconocido, rellenar el campo "Identificación denunciado" con los datos que se posean.

* Tipo	Persona Física
* Nombre	<input type="text"/>
Apellidos	<input type="text"/>
Razón Social	<input type="text"/>
Departamento u oficina	<input type="text"/>
NIF/NIE	<input type="text"/>
Domicilio	<input type="text"/>
País	ESPAÑA
Provincia	-- Seleccione Provincia --
Localidad	<input type="text"/>
Código Postal	<input type="text"/>

* Campos Obligatorios

Figura 25. Formulario de entidades o personas denunciadas en AEPD.

- c. Aceptar la declaración de denuncia real y continuar

 Formulario Presentación de Denuncias

En virtud de lo expuesto, SOLICITA que se dicte acuerdo de inicio de procedimiento sancionador o de infracción de las Administraciones Públicas o se incoen actuaciones con objeto de determinar si concurren circunstancias que justifiquen tal iniciación y que, en cualquier caso, se me notifique el acuerdo que se adopte, de conformidad con lo previsto en el Reglamento de desarrollo de la ley Orgánica 15/1999, aprobado mediante Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre.

DECLARO que los datos consignados en esta denuncia son ciertos y que no se ha omitido ni falseado información siendo fiel expresión de la verdad, asumiendo las obligaciones y responsabilidades que se derivan de la misma. Asimismo, que he leído la cláusula informativa que se expone a continuación.

En cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se le informa de que los datos personales recogidos mediante este formulario serán tratados de forma confidencial y quedarán incorporados, en su caso, al fichero automatizado "EXPEDIENTES DE INSPECCIÓN DE DATOS", cuya finalidad es la gestión, tramitación, control y seguimiento de los expedientes de la Inspección de Datos relacionados con los procedimientos sancionadores y otros establecidos por ley. Los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición podrán ejercerse ante la Agencia Española de Protección de Datos, responsable del fichero, mediante escrito dirigido a su Secretaría General, (C/ Jorge Juan, nº 6. 28001- Madrid). Los datos que se le solicitan podrán ser cedidos a los interesados en los procedimientos; a las autoridades de control competentes; a los órganos jurisdiccionales; y a las AAPP, cuando así lo prevea una Ley.

Figura 26. Declaración de denuncia y datos reales en AEPD.

- d. Una vez cumplimentadas todas las solicitudes, para presentar la notificación pulsar el botón "Firmar y Enviar".
- e. Imprimir, firmar y presentar el documento de solicitud, adjuntando fotocopia del DNI para evitar suplantaciones de identidad, ante la *Agencia Española de Protección de Datos en C/Jorge Juan nº6, 28001 Madrid* o en cualquiera de las formas que reconoce la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común.

Procedimiento D: finalmente, en caso de no lograr que la AEPD interceda por nosotros, quedará la posibilidad de iniciar un trámite contencioso-administrativo ante cualquiera de las anteriores agencias anteriores. Para ello será necesario contar con la colaboración de un abogado.

Observaciones:

- Es necesario agotar todas las vías posibles antes de decidir iniciar un proceso contencioso-administrativo que puede resultar costoso y lento.

Procedimiento para la evaluación:

- Terminado el proceso, si se ha logrado una sentencia favorable, la agencia encargada de la publicación del boletín afectado debería de proceder a la rectificación de la edición del boletín afectado y su nueva publicación. Comprobar esta nueva versión.
- La sentencia será la que disponga las medidas a tomar por las agencias.

2.4.- SaaS. Servicios en la nube y correo electrónico

2.4.1.- Gmail (Google Mail)

Enlace: <https://mail.google.com>

Servicio de correo electrónico de Google.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<https://myaccount.google.com/preferences#deleteservices>

1. Iniciar sesión en Google y acceder al enlace
2. Seleccionar "Eliminar productos" y elegir Gmail de entre los disponibles (ver Figura 10)
3. Seleccionar la opción "Si, quiero eliminar de forma permanente xxx@gmail.com y quitarla de mi cuenta de Google"
4. En caso de no querer eliminar completamente la cuenta de Google, establecer un correo electrónico alternativo para el inicio de sesión en el resto de servicios.
5. Introducir la contraseña de usuario
6. Confirmar el borrado

Observaciones:

- El borrado tiene efecto en 2 días.
- Se puede conservar el acceso a otros servicios de Google si se configura otra dirección de correo.
- Pueden desaparecer o impedirse el acceso a otros sitios que usen esta dirección
- Aunque garantizan el borrado de todo el contenido de la cuenta de correo electrónico, es recomendable el borrado manual de todos los emails contenidos y la información relevante.
- Las cuentas de correo electrónico no se reciclan

Procedimiento para la evaluación:

- A los 5 días del borrado, tratar de acceder a la cuenta. Si se ha eliminado, no se debería reconocer como cuenta de Google Gmail
- Tratar de enviar un email a dicha dirección. Si se ha eliminado, el servicio de correo lanzará un mensaje de error de dirección.

2.4.2.- Lycos Mail

Enlace: <http://www.mail.lycos.com/>

Servicio de correo electrónico de Lycos.

Procedimiento: no existe.

Los términos de uso de Lycos establecen que el contenido de las cuentas será eliminado y la cuenta bloqueada si el usuario no accede a ella durante un periodo largo de tiempo sin determinar.

Siempre queda intentar contactar con el servicio técnico de Lycos y esperar una respuesta, que no suelen dar (https://cshelp.lycos.com/anonymous_requests/new).

Lycos also may suspend or terminate any user account for any Product or Service because of user inactivity. For example, a Lycos Mail account may be terminated or suspended if a user fails to sign-in to the Lycos Mail Service for an extended period of time; please see the Lycos Mail Help section for more information regarding Lycos Mail's policies concerning account termination. If your account is suspended or terminated for inactivity, your right to use the Service immediately ceases.

Figura 27. Fragmento de Términos de Uso en Lycos Mail.

2.4.3.- Outlook / Hotmail

Enlace: <https://login.live.com>

Servicio de correo electrónico de Microsoft. Anteriormente conocido como Hotmail.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<https://account.live.com/closeaccount.aspx>

1. Iniciar sesión en Outlook / Hotmail y acceder al enlace
2. Pulsar "siguiente"
3. Marcas cada una de las casillas de verificación que se presentan
4. Seleccionar un motivo para el borrado
5. Pulsar "Marcar cuenta para cierre"

Observaciones:

- Durante 60 días la cuenta permanece desactivada, tiempo durante el cual es recuperable; después es eliminada.

- Aunque garantizan el borrado de todo el contenido de la cuenta de correo electrónico, es recomendable el borrado manual de todos los emails contenidos y la información relevante.
- Los correos eliminados pasan a una carpeta temporal de ficheros eliminados; de allí pueden borrarse manualmente, o automáticamente a los 7 días. Una vez borrados, permanecen archivados en los servidores 30 días hasta su borrado final.
- Las cuentas de correo electrónico se reciclan y quedan libres para su uso tras 60 días después de la cancelación de la cuenta.

Procedimiento para la evaluación:

- A los 60 días del borrado, tratar de acceder a la cuenta. Si se ha eliminado, no se debería reconocer como cuenta de Outlook/Hotmail.
- Tratar de enviar un email a dicha dirección. Si se ha eliminado, el servicio de correo lanzará un mensaje de error de dirección. Tras 60 días desde el borrado, este procedimiento no es efectivo, dado que la cuenta ha podido ser reabierta por otra persona bajo el mismo nombre de usuario. (Ver Observaciones)

2.4.4.- Terra Mail

Enlace: <http://correo.terra.com/>

Servicio de correo electrónico de Terra.

Procedimiento: no existe.

Los términos de uso de Terra establecen que el contenido de las cuentas será eliminado y la cuenta bloqueada si el usuario no accede a ella durante un periodo largo de tiempo (unos 90 días).

Siempre queda intentar contactar con el servicio técnico de Terra y esperar una respuesta, que no suelen dar (terra@terra.com).

2.4.5.- Yahoo Mail

Enlace: <http://mail.yahoo.com>

Servicio de correo electrónico de Yahoo!

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.
<http://bit.ly/1IkgM6i>

1. Iniciar sesión en Yahoo! y acceder a enlace (configuración del perfil de usuario)
2. Confirmar la contraseña de usuario
3. Introducir el código *captcha* o sistema de verificación que se muestre
4. Confirmar la eliminación

Observaciones:

- El borrado de la cuenta en Yahoo! es completo, es decir, afecta a todos los productos ofrecidos. No se puede borrar únicamente el servicio de correo electrónico.
- Las cuentas cerradas no se pueden volver a activar.
- Es importante cancelar previamente los servicios de facturación para que no sigan generando gasto.
- Aunque garantizan el borrado de todo el contenido de la cuenta de correo electrónico, es recomendable el borrado manual de todos los emails contenidos y la información relevante.

2.4.6.- 4Shared

Enlace: <http://www.4shared.com/>

Servicio de almacenamiento en la nube.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<https://www.4shared.com/web/acc/delete>

1. Iniciar sesión en 4Shared y acceder al enlace
2. Introducir la contraseña de usuario
3. Seleccionar un motivo y detallarlo (opcional)
4. Confirmar el borrado

Siquieres continuar y eliminar tu cuenta, ten en cuenta que solo mantendremos tus ficheros durante 30 días, tras los cuales serán eliminados de manera permanente. Puedes reactivar nuestros servicios en cualquier momento en 30 días accediendo de nuevo a tu cuenta.

Por favor, haznos saber la razón de tu decisión para que podamos hacer que nuestros servicios sean más fáciles de usar.

Password

¿Por qué nos deja?

Por favor, explíquelo un poco más

Borrar mi cuenta Cancelar

Figura 28. Formulario en 4Shared.

Observaciones:

- La cuenta permanece desactivada durante 30 días, tiempo durante el cual es posible recuperarla; después es eliminada junto con los ficheros.
- Aunque garantizan el borrado de todo el contenido de la cuenta de correo electrónico, es recomendable el borrado manual de todos los emails contenidos y la información relevante.
- Al eliminar manualmente ficheros en 4Shared, estos son movidos a una papelera temporal, donde es posible recuperarlos o eliminarlos definitivamente.

Procedimiento para la evaluación:

- Transcurridos 30 días desde el borrado, tratar de acceder a la aplicación o a cualquiera de los ficheros a través de la URL publica usada para compartirlos.

2.4.7.- Amazon Cloud Drive

Enlace: <https://www.amazon.com/clouddrive/home>

Servicio de almacenamiento en la nube de Amazon.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

Observaciones:

- El servicio de almacenamiento en la nube es un producto directamente dependiente de la cuenta global de Amazon, por lo que es necesario borrar la cuenta completa y los datos que contiene. (Ver Amazon)
- Por otro lado, es posible el borrado manual de los ficheros alojados en estos servicios sin tener que borrar la cuenta principal de Amazon.

2.4.8.- Box

Enlace: <https://www.box.com>

Servicio de almacenamiento en la nube.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<https://www.box.com/settings>

1. Iniciar sesión en Box y acceder al enlace
2. Pulsar sobre la opción "Desactivar cuenta (esta acción es permanente)"
3. Confirmar la acción hasta ver un formulario
4. Seleccionar un motivo para la cancelación y responder algunas preguntas
5. Confirmar borrado

Account Information

Account type: Personal

Storage (used/total): 259.4MB / 5.0GB 5% used

Bandwidth used: 0B of 10.0GB

Max file size: 250 MB — Upload files up to 5GB, [view upgrade options](#)

Cancellation: [Delete your account \(this action is permanent\)](#).

Figura 29. Selección de borrado en Box.

How can we make Box better for you?

Before you go, we'd like to get your advice on what we can do to make Box better so

Main reason for cancelling:

What will you use instead?

Any other comments?

Figura 30. Confirmación de baja en Box.

Observaciones:

- No está claro si el contenido de las cuentas es eliminado al cerrar estas por lo que se recomienda el borrado manual de los ficheros antes de proceder al borrado de la cuenta.
- Otros motivos por los que la cuenta puede ser cancelada son la falta de actividad durante los 30 días siguientes al alta, o la inactividad durante 120 días consecutivos.

2.4.9.- Dropbox

Enlace: <https://www.dropbox.com>

Servicio de almacenamiento en la nube.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<https://www.dropbox.com/account/delete>

1. Iniciar sesión en Dropbox y acceder al enlace
2. Introducir la contraseña de usuario
3. Seleccionar un motivo para la eliminación y detallarlo (opcional)
4. Confirmar el borrado

The screenshot shows a form for deleting a Dropbox account. At the top, there is a warning message: '⚠ ¿Confirmas que deseas eliminar tu cuenta de Dropbox?' followed by a explanatory text: '¡Es una pena que nos abandones! Si tienes un problema y consideras que podríamos ayudarte, primero prueba [comunicarte con el equipo de soporte](#).'. Below this, there is a note: '¿Confirmas que deseas eliminar tu cuenta de Dropbox? Si lo haces, tus archivos dejarán de sincronizarse. No te preocupes, aunque elimines tu cuenta, los archivos no se borrarán de tus computadoras.' A password input field is labeled 'Ingresa tu contraseña' and a dropdown menu is labeled '¿Por qué te vas?'. A text area is labeled '¿Podrías brindarnos más información? (opcional)'. At the bottom, there are two buttons: 'Eliminar mi cuenta' (in blue) and 'Cancelar'.

Figura 31. Formulario en Dropbox.

Observaciones:

- La eliminación puede demorar hasta 60 días.
- No se eliminan los archivos que se encuentran almacenados de forma local en los equipos que se hayan sincronizado; se deberán borrar manualmente.
- Si se cuenta con algún tipo de suscripción *Premium* es necesario darla de baja previamente.
- Aunque garantizan el borrado de todo el contenido de la cuenta de correo electrónico, es recomendable el borrado manual de todos los ficheros contenidos y la información relevante.

Procedimiento para la evaluación:

- Pasados 60 días desde la petición de baja, tratar de acceder al perfil con las credenciales de registro. Si el borrado ha sido llevado a cabo, no se podrá acceder.

2.4.10.- Google Drive y Google Docs

Enlace: <https://drive.google.com> - <https://drive.google.com>

Servicio de almacenamiento en la nube y edición de ficheros en línea de Google.

Observaciones:

- Los servicios de almacenamiento en la nube (Drive) y edición de ficheros en línea (Docs) son productos directamente dependientes de la cuenta global de Google (y relacionados entre ellos), por lo que es necesario borrar la cuenta completa y los datos que contiene. (Ver Google)
- Por otro lado, es posible el borrado manual de los ficheros alojados en estos servicios sin tener que borrar la cuenta principal de Google.

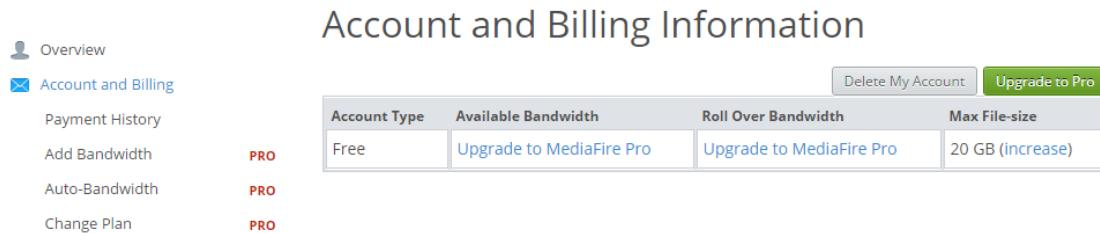
2.4.11.- Mediafire

Enlace: <https://www.mediafire.com/>

Servicio de almacenamiento en la nube.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.
<https://www.mediafire.com/#settings>

1. Iniciar sesión en Mediafire y acceder al enlace (o a la sección "Settings" desde el avatar de usuario)
2. Pulsar sobre "Account and Billing" (Cuenta y Facturación)
3. Pulsar "Delete My Account" (Eliminar mi cuenta) en el botón de la esquina superior derecha
4. Introducir la contraseña de usuario y confirmar el borrado



The screenshot shows the 'Account and Billing Information' section of the Mediafire website. On the left, there is a sidebar with links: 'Overview', 'Account and Billing' (which is selected and highlighted in blue), 'Payment History', 'Add Bandwidth', 'Auto-Bandwidth', and 'Change Plan'. The 'Account and Billing' section has a sub-menu with 'PRO' status next to 'Account Type', 'Available Bandwidth', 'Roll Over Bandwidth', and 'Max File-size'. The 'Account Type' row shows 'Free' and 'Upgrade to MediaFire Pro'. The 'Max File-size' row shows '20 GB (increase)'. At the top right of this section is a 'Delete My Account' button and a 'Upgrade to Pro' button. The main content area has a heading 'Account and Billing Information' and a sub-section 'Delete My Account' with a large red 'Delete' button.

Figura 32. Selección de borrado en Mediafire.

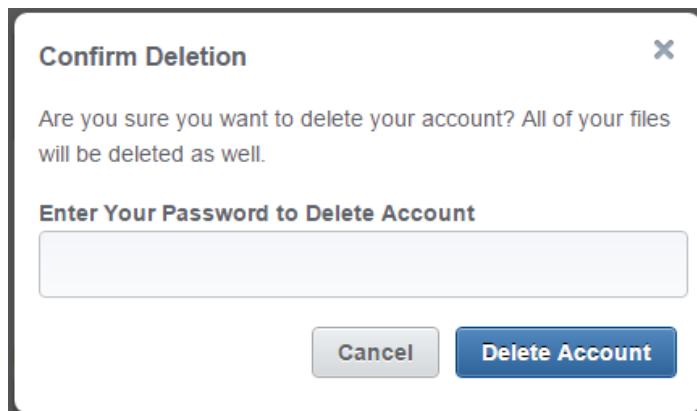


Figura 33. Confirmación de borrado en Mediafire.

Observaciones:

- En caso de contar con algún tipo de cuenta Premium, es necesario dar de baja el servicio de facturación previamente para evitar costes futuros.
- Aunque garantizan el borrado de todo el contenido de la cuenta de correo electrónico, es recomendable el borrado manual de todos los emails contenidos y la información relevante.

2.4.12.- Mega

Enlace: <https://mega.co.nz/>

Servicio de almacenamiento en la nube.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

1. Iniciar sesión en Mega
2. Acceder al menú "Mi cuenta"
3. Seleccionar la opción "Cancela tu cuenta" en el apartado Detalles de la cuenta (ver Figura 34)
4. Confirma la eliminación (ver Figura 35)

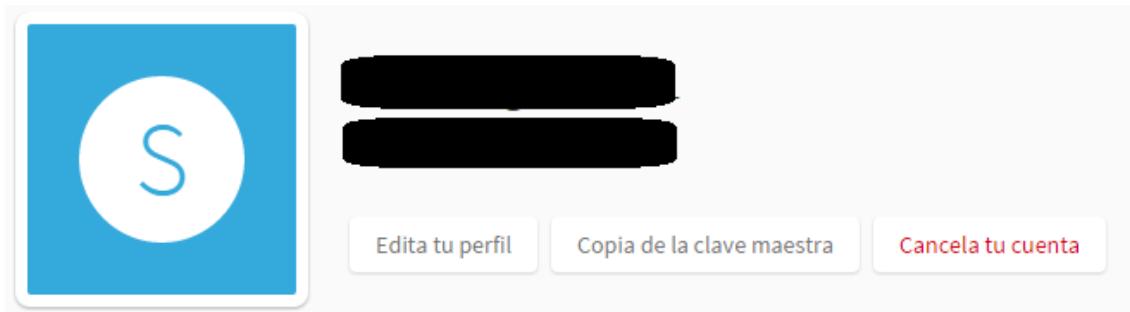


Figura 34. Selección de borrado en Mega.

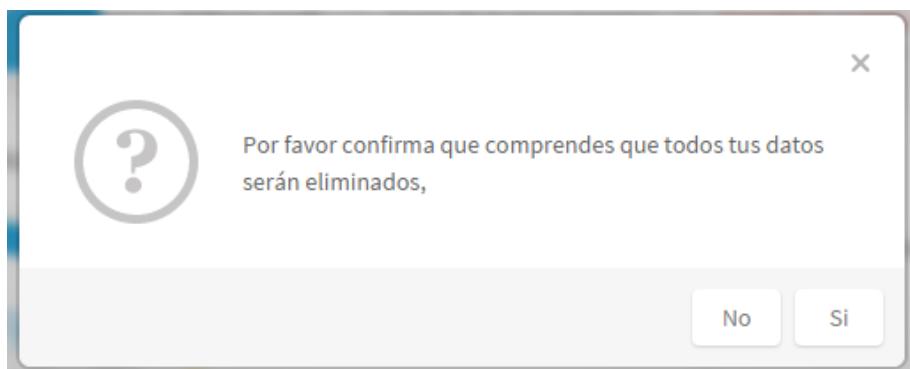


Figura 35. Confirmación de borrado en Mega.

Observaciones:

- Aunque garantizan el borrado de todo el contenido de la cuenta de correo electrónico, es recomendable el borrado manual de todos los ficheros contenidos y la información relevante.
- La cuenta puede ser eliminada, previo aviso, si no se utiliza durante un periodo de tiempo considerable (sin especificar).

2.4.13.- Microsoft OneDrive y Office Online

Enlace: <https://onedrive.live.com>

Servicio de almacenamiento en la nube y edición de ficheros en línea de Microsoft. Anteriormente conocido como SkyDrive.

Observaciones:

- El servicio de almacenamiento en la nube (One Drive) y edición de ficheros en línea (Office Online) son productos directamente dependientes de la cuenta global de Microsoft (y relacionados entre ellos), por lo que es necesario borrar la cuenta completa y los datos que contiene. (Ver Outlook / Hotmail)
- Por otro lado, es posible el borrado manual de los ficheros alojados en estos servicios sin tener que borrar la cuenta principal de Microsoft.

2.5.- Archivos de Internet

2.5.1.- Internet Archive (Archive.org). La Wayback-machine.

Enlace: <https://archive.org/> - <https://archive.org/web/>

Internet Archive es un sitio web, en manos de una organización sin ánimo de lucro, que tiene por objetivo y se dedica a la preservación de la web. En este sitio puede encontrarse una gran biblioteca de libros, ficheros de audio y video, software variado (libres de derechos) así como un gran historial de todas las web presentes en Internet.

Procedimiento A: configuración de un fichero de exclusión robots.xml. En el caso de una web propia.

- Crear un fichero de texto con extensión .txt llamado robots.txt
- Introducir las líneas:

User-agent: ia_archiver

Disallow: /

- Colocar este fichero en el directorio raíz del sitio web (www.tu_sitio.com/robots.txt)

Observaciones:

- Este fichero eliminará el registro de la web existente en los sucesivos rastreos que Archive.org lleve a cabo
- Evitará que alguna página de del sitio web sea indexada en el futuro.
- El borrado puede llevar un tiempo, pues depende de la frecuencia de rastreo de los robots de indexación.

Procedimiento B: contacto mediante correo electrónico. (Ver modelo en Anexo 10)

Atendiendo a las políticas de privacidad del sitio web Archive.org, se enviará un correo electrónico, preferiblemente en inglés, a la dirección info@archive.org incluyendo:

- Nombre completo y correo electrónico de contacto
- Referencia o enlaces al sitio web archivado que se desea borrar (o aquellas páginas concretas de este)
- Una breve explicación de los motivos que llevan a solicitar el borrado de dicho sitio web, atendiendo a las políticas de privacidad de Archive.org (<http://bit.ly/1LJdSD1>): violación de derechos de autor, información personal divulgada, etc.

Observaciones:

- Una vez evaluada la petición, un responsable de Archive.org se pondrá en contacto con el solicitante para comunicarle los pasos a seguir, o requerir documentación extra.

2.6.- Herencias digitales

2.6.1.- Facebook

Solicitar borrado de la cuenta de un usuario fallecido: formulario electrónico.

<https://www.facebook.com/help/contact/228813257197480>

1. Acceder al enlace y completar los datos requeridos:
 - a. Nombre completo del solicitante (quien realiza la petición)
 - b. Nombre completo que aparece en la cuenta de la persona fallecida
 - c. Dirección de correo electrónico de la cuenta de la persona fallecida (si se conoce)
 - d. Dirección web (URL) de la biografía del fallecido ([https://www.facebook.com/...](https://www.facebook.com/))
 - e. Indicar la relación con la persona fallecida:
 - i. Familiar cercano
 - ii. Familiar
 - iii. No familiar (amigo, compañero de trabajo, etc.)
 - f. Indicar la petición especial para la cuenta entre las opciones. En este caso "Eliminar esta cuenta".
 - g. Indicar la fecha de fallecimiento
2. Adjuntar documentación que certifique la defunción del usuario en cuestión, así como la identidad del solicitante.
 - a. Documento de identidad del solicitante
 - b. Certificado de defunción y/o partida de nacimiento del fallecido
 - c. Poder notarial (en caso de existir)
3. Toda aquella información adicional que se considere necesaria (opcional)
4. Enviar

Solicitud especial para la cuenta de una persona fallecida

Usa este formulario para solicitar la eliminación de la cuenta de una persona fallecida o [solicitudes especiales de cuenta conmemorativa](#). Te ofrecemos nuestro más sentido pésame y agradecemos tu paciencia y comprensión durante este proceso. Es posible que no se responda a las solicitudes de otro tipo que se reciban por este canal. Para proteger la privacidad de las personas en Facebook, no podemos facilitar a nadie [información de inicio de sesión de las cuentas](#).

Tu nombre y apellidos

Nombre completo que aparece en la cuenta de la persona fallecida

Dirección de correo electrónico de la cuenta de la persona fallecida

El correo que posiblemente se usó para crear la cuenta

Dirección web (URL) de la biografía

Ten en cuenta que debemos verificar que eres un familiar cercano o un albacea para eliminar una cuenta o atender [solicitudes especiales](#).

Relación con la persona

- Familiar cercano (cónyuge, padres, hermanos, hijos)
- Familiar (abuelos, tíos, primos, etc.)
- No soy familiar (amigo, compañero de trabajo, compañero de clase)

¿En qué te podemos ayudar?

- Convertir esta cuenta en conmemorativa
- Eliminar esta cuenta
- Tengo una solicitud especial
- Tengo una pregunta

¿Cuándo falleció esta persona?

* Añadir año

Proporciona una verificación de que eres un familiar cercano

Deberás subir documentación, como un certificado de defunción, la partida de nacimiento de la persona fallecida o un poder notarial

[Elegir archivos](#) Ningún archivo seleccionado

Información adicional

Si tienes una solicitud especial o pregunta, usa este espacio para proporcionar más información

[Enviar](#)

Figura 36. Formulario de solicitud especial para la cuenta de un usuario fallecido en Facebook.

Solicitar cuenta conmemorativa de un usuario fallecido: existen dos formularios electrónicos.

1. Formulario A: <https://www.facebook.com/help/contact/651319028315841>

- a. Acceder al enlace y completar los datos necesarios:
 - i. Nombre completo del fallecido, o el que aparece en la cuenta de Facebook.
 - ii. Fecha del fallecimiento
- b. Prueba del fallecimiento en forma de enlace a: una noticia sobre la defunción, una necrológica, etc.
- c. Enviar

2. Formulario B: <https://www.facebook.com/help/contact/228813257197480> (ver Solicitar borrado de la cuenta de un usuario fallecido, seleccionando "Convertir esta cuenta en conmemorativa").

Solicitud de cuenta conmemorativa

Cuando un usuario fallece, podemos convertir su cuenta en conmemorativa si un familiar o amigo envía una solicitud. Obtén información sobre qué sucede cuando una cuenta se convierte en conmemorativa. Si deseas que la cuenta de un ser querido se convierta en conmemorativa, comunicanoslo mediante este formulario.

¿Quién ha fallecido?

¿Cuándo falleció?

Si no sabes la fecha exacta, indica una aproximada.

Opcional: prueba del fallecimiento

Si puedes, proporciona un enlace a un obituario u otra documentación sobre el fallecimiento, ya que es muy útil para el equipo que revisa las solicitudes de cuentas conmemorativas.

Enviar

Figura 37. Formulario 'A' de solicitud de cuenta conmemorativa en Facebook.

Determinar qué sucederá con una cuenta tras el fallecimiento del dueño legítimo:
procedimiento desde el perfil del usuario.

1. Iniciar sesión en Facebook
2. Acceder a la sección de configuración de la privacidad
3. Editar la sección "contacto de legado"
 - a. Seleccionar un amigo para que se haga cargo de la cuenta
 - b. Seleccionar si se desea que la cuenta sea eliminada tras el fallecimiento (y su notificación por un familiar)

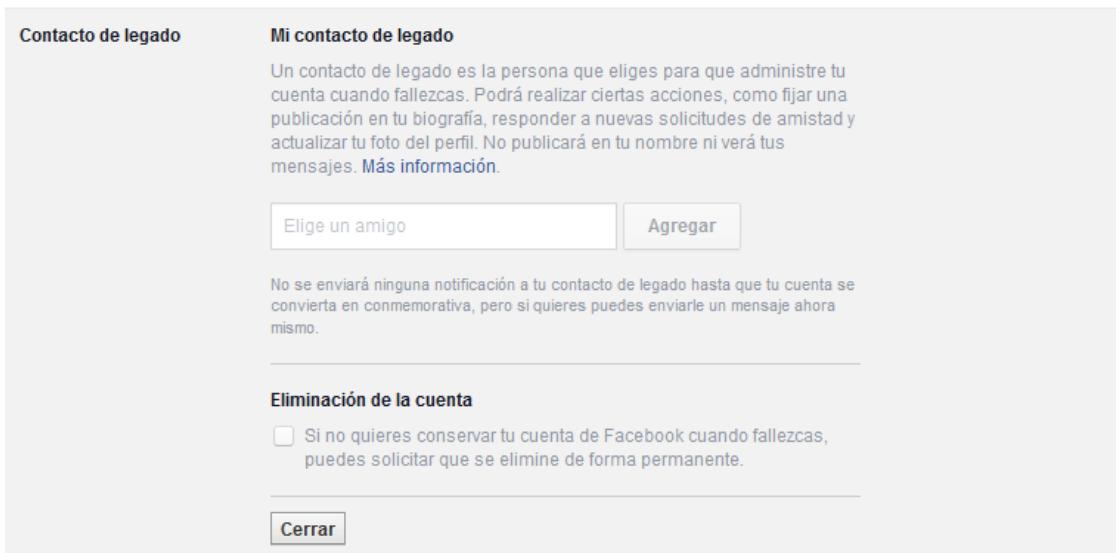


Figura 38. Configuración del contacto de legado en Facebook.

2.6.2.- Instagram

Instagram, actualmente propiedad de Facebook, no permite al usuario la elección de un contacto de legado que gestione la cuenta tras el fallecimiento del dueño legítimo; de la misma forma, tampoco permite indicar qué se desea que se haga con la cuenta en esta red social una vez desaparecido el usuario propietario. Sin embargo, si se permite a un familiar cercano las posibilidades de, o bien solicitar el borrado de la cuenta, o bien la conversión de esta en un perfil conmemorativo.

Solicitar el borrado de la cuenta de un usuario fallecido: formulario electrónico.

<https://help.instagram.com/contact/1474899482730688>

1. Acceder al enlace y completar los datos requeridos:
 - a. Nombre completo del solicitante (quien realiza la petición)
 - b. Dirección de correo electrónico del solicitante

- c. Nombre completo de la persona fallecida
 - d. Nombre de usuario en Instagram de la persona fallecida
 - e. Un enlace a la cuenta de la persona fallecida
 - f. Fecha de la defunción
2. Adjuntar documentación que certifique la defunción del usuario en cuestión, así como la identidad del solicitante.
 - a. Documento de identidad del solicitante
 - b. Certificado de defunción y/o partida de nacimiento del fallecido
 - c. Poder notarial (en caso de existir)
 3. Toda aquella información adicional que se considere necesaria (opcional)
 4. Enviar

Solicitud de eliminación de persona fallecida en Instagram

Utiliza este formulario para solicitar la eliminación de la cuenta de una persona fallecida. Recibe nuestro pésame y nuestro agradecimiento por tu paciencia y comprensión durante el proceso.

Tu nombre y apellidos

Tu dirección de correo electrónico

Nombre completo de la persona fallecida:

Nombre de usuario de la cuenta de Instagram de la persona fallecida

(por ejemplo, si la URL de la cuenta es "instagram.com/---", introduce "---" en el siguiente campo)

Un enlace a la cuenta de Instagram de la persona fallecida

¿Cuándo falleció?

Si no sabes la fecha exacta, indica la más aproximada

Proporciona una verificación de que eres un familiar cercano

Deberás subir documentación, como un certificado de defunción, la partida de nacimiento de la persona fallecida o un poder notarial

Ningún archivo seleccionado

Información adicional

Figura 39. Formulario de solicitud de eliminación de cuenta de un usuario fallecido en Instagram.

Solicitar cuenta conmemorativa de un usuario fallecido: formulario electrónico.

<https://help.instagram.com/contact/452224988254813>

1. Acceder al enlace y completar los datos requeridos:
 - a. Nombre completo del solicitante (quien realiza la petición)
 - b. Dirección de correo electrónico del solicitante
 - c. Nombre completo de la persona fallecida
 - d. Nombre de usuario en Instagram de la persona fallecida
 - e. Un enlace a la cuenta de la persona fallecida
 - f. Prueba del fallecimiento en forma de enlace a: una noticia sobre la defunción, una necrológica, etc.
 - g. Fecha de la defunción
2. Toda aquella información adicional que se considere necesaria (opcional)
3. Enviar

Solicitud de cuenta conmemorativa de una persona fallecida en Instagram

Cuando una persona fallece, convertiremos su cuenta en conmemorativa si un miembro de la familia o un amigo envía una solicitud. Si quieras que la cuenta de un ser querido se convierta en conmemorativa, usa este formulario para comunicámoslo.

Obtén información sobre qué sucede cuando una cuenta se convierte en conmemorativa.

Tu nombre y apellidos

Tu dirección de correo electrónico

Nombre completo de la persona fallecida:

Nombre de usuario de la cuenta de Instagram de la persona fallecida

(por ejemplo, si la URL de la cuenta es "instagram.com/—", introduce "—" en el siguiente campo)

Un enlace a la cuenta de Instagram de la persona fallecida

Prueba del fallecimiento

Ejemplo: enlace (URL) a una nota necrológica o noticia

¿Cuándo falleció?

Si no sabes la fecha exacta, indica una aproximada.

Información adicional

Enviar

Figura 40. Formulario de solicitud de cuenta conmemorativa de un usuario fallecido en Instagram.

Observaciones:

- No se permite acceder a una cuenta conmemorativa. No pueden modificarse.
- Estas cuentas no permiten nuevos seguidores o amigos.
- No es posible encontrarlas mediante motores de búsqueda o las propias opciones de exploración de la red social.

Determinar qué sucederá con una cuenta tras el fallecimiento del dueño legítimo: en este caso deberán legarse las credenciales de acceso a la cuenta (nombre de usuario/correo electrónico y contraseña de usuario) a un familiar o amigo que será el encargado de cumplir los deseos del fallecido.

Hay que recordar que el uso de una cuenta en una red social por parte de otra persona que no sea el dueño original se considera usurpación de la identidad y no es legal, por lo que no está permitido que alguien que no sea el fallecido gestione esta cuentas. La mejor opción será pues, realizar este legado mediante un acto notarial que garantice que se cumplirán los deseos del fallecido de forma acorde a la ley y las normas de la propia red social. (ver Herencias digitales y Anexo 2)

2.6.3.- En general

Dado que la mayoría de servicios web (redes sociales, correos electrónicos, etc.) no proporcionan mecanismos para la gestión de las cuentas de los fallecidos, se hace necesario establecer un procedimiento general que sea válido para la mayoría de los casos. Este procedimiento es, como ya se comentaba en el capítulo 2 de este trabajo, el nombramiento de un albacea digital mediante un acto notarial (ver Anexo 2). A través de este documento, se legan las credenciales de acceso a los servicios web que deseamos sean gestionados por un familiar, amigo, etc., así como las instrucciones de aquellos que se desea hacer con las cuentas en estos servicios.

2.7.- Otros

2.7.1.- Amazon

Enlace: <http://www.amazon.es/> - <http://www.amazon.com/>

Amazon, Inc. es una compañía estadounidense de comercio electrónico y servicios de computación en la nube a todos los niveles.

Procedimiento: contacto mediante formulario electrónico.

1. Iniciar sesión en Amazon
2. Acceder al menú "Mi cuenta" y buscar la sección "Ayuda", situada actualmente en la parte superior de la página.
3. Localizar la sección "¿Necesitas más ayuda?", desde la que se accede al apartado "Contáctanos" (<http://amzn.to/1YE4Z6V>)
4. Seleccionar la pestaña "Otra cosa" en el menú de opciones de contacto
5. En la sección 2 del formulario de contacto ("Cuéntanos más sobre tu problema"):
 - a. Selecciona un problema: Actualizar información de tu cuenta
 - b. Seleccionar detalles del problema: Cerrar cuenta
6. En la sección 3 del formulario ("¿Cómo te gustaría ponerte en contacto con nosotros?"), seleccionar el medio preferido: teléfono, chat o correo electrónico.
 - a. Teléfono: es la opción más rápida y recomendada. Un técnico nos llamará al instante al número de teléfono asociado a la cuenta, o al que le indiquemos, y podremos solucionar el problema.
 - b. Chat: es la segunda forma más aconsejable.
 - c. Correo electrónico: si se decide usar esta opción, se abrirá una ventana donde se podrá componer el mensaje de correo electrónico.



Mi cuenta

Figura 41. Localización de la sección "Ayuda" en Amazon.

Consulta nuestras páginas de ayuda

<p>Temas recomendados</p> <p>Gestionar Mi cuenta</p> <p>Envíos y entregas</p> <p>Devoluciones y reembolsos</p> <p>Pagos, IVA y precios</p> <p>Realizar pedidos</p> <p>Fire & Kindle</p> <p>Servicios y contenido digitales</p> <p>Otras páginas de ayuda</p> <p>¿Necesitas más ayuda? ></p>	<p>¿Necesitas más ayuda?</p> <p>Localizar o gestionar compras</p> <p>Gestionar métodos de pago</p> <p>Devolver o reemplazar productos</p> <p><u>Contáctanos</u></p> <p>Foro de discusión de Kindle</p> <p>Comunidad de ayuda</p> <p>Amazon Copiloto</p>	
---	--	---

Figura 42. Localización de la sección "Contáctanos" en Amazon.

Contacto

<p>1 ¿En qué podemos ayudarte en Amazon.es?</p> <p style="text-align: center;">Pedido realizado Kindle Servicios digitales Otra cosa</p> <p>Editar la información de Mi cuenta Haz clic en los botones de la derecha para gestionar tu cuenta. Visita Mi cuenta para ver y modificar la configuración de tu cuenta. Si no has podido encontrar la solución a tu problema, descríbelo a continuación para que podamos ayudarte.</p> <p style="text-align: right;">¿Has olvidado tu contraseña? Gestionar métodos de pago Gestionar suscripción Premium Aplicar cheque regalo a Mi cuenta Ver más</p>		
<p>2 Cuéntanos más sobre tu problema</p> <p>Selecciona un problema: Actualizar información de tu cuenta</p> <p>Seleccionar detalles del problema: Cerrar cuenta</p> <p>¿Lo sabías? Visita nuestras páginas de ayuda para encontrar más información sobre cómo cancelar tu cuenta.</p>		
<p>3 ¿Cómo te gustaría ponerte en contacto con nosotros?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 10px;"> <p>Recomendado</p> <p>Estaremos contigo en: menos de 1 minuto</p> <p>Teléfono</p> <p>Los clientes que eligieron "este problema" resolvieron sus problemas más rápidamente contactándonos por teléfono.</p> <p>Si tiene otras preguntas o dudas acerca de este pedido envíe un correo electrónico al vendedor first.</p> </td> <td style="width: 50%; padding: 10px;"> <p>Otras opciones de contacto disponibles</p> <p>Chat</p> <p>Estaremos contigo en: menos de 1 minuto</p> <p>E-mail</p> <p>Normalmente respondemos en menos de: 6 horas</p> </td> </tr> </table>	<p>Recomendado</p> <p>Estaremos contigo en: menos de 1 minuto</p> <p>Teléfono</p> <p>Los clientes que eligieron "este problema" resolvieron sus problemas más rápidamente contactándonos por teléfono.</p> <p>Si tiene otras preguntas o dudas acerca de este pedido envíe un correo electrónico al vendedor first.</p>	<p>Otras opciones de contacto disponibles</p> <p>Chat</p> <p>Estaremos contigo en: menos de 1 minuto</p> <p>E-mail</p> <p>Normalmente respondemos en menos de: 6 horas</p>
<p>Recomendado</p> <p>Estaremos contigo en: menos de 1 minuto</p> <p>Teléfono</p> <p>Los clientes que eligieron "este problema" resolvieron sus problemas más rápidamente contactándonos por teléfono.</p> <p>Si tiene otras preguntas o dudas acerca de este pedido envíe un correo electrónico al vendedor first.</p>	<p>Otras opciones de contacto disponibles</p> <p>Chat</p> <p>Estaremos contigo en: menos de 1 minuto</p> <p>E-mail</p> <p>Normalmente respondemos en menos de: 6 horas</p>	

Figura 43. Formulario de contacto en Amazon.

Contacto

Enviar un e-mail al Servicio de Atención al Cliente

Para: Servicio de Atención al Cliente de Amazon.es
Cuenta: Sergio Sánchez Alvarez, sersanchez_1@hotmail.com

En el e-mail se incluirá la siguiente información:

Detalles del problema:	Actualizar información de tu cuenta
	- Cerrar cuenta
<input type="button" value="Editar productos o detalles"/>	

Introduce más información:

Figura 44. Formulario de composición de correo electrónico en Amazon.

Contacto

Habla con el Servicio de Atención al Cliente de Amazon.es

Introduce tu número de teléfono y haz clic en "Llamadme ya"

Detalles del problema: Actualizar información de tu cuenta
- Cerrar cuenta

País: ext.

Tu número: +34

Un agente te llamará enseguida. Si prefieres que te contactemos más tarde, haz clic en "Llamadme en 5 minutos".
Si lo prefieres, también puedes llamar a nuestro [Servicio de Atención al Cliente](#).

Figura 45. Formulario de contacto mediante llamada telefónica en Amazon.

Observaciones:

- El borrado de la cuenta principal de Amazon afecta a las cuentas en Amazon Cloud, Amazon Kindle, Amazon BuyVIP y todos aquellos dominios alternativos a Amazon.com o Amazon.es.
- En principio, los comentarios escritos en la página de Amazon no se eliminan, a menos que se indique lo contrario antes de proceder al borrado. Otra opción es convertirlos en anónimos.
- Debido a que la suscripción a Kindle se suprime también, se perderá el acceso a los libros electrónicos que no hayan sido descargados.

2.7.2.- eBay

Enlace: <http://www.ebay.es/>

eBay es un sitio destinado a la subasta de productos a través de Internet.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil del usuario.

<http://ebay.eu/1QazLkJ>

1. Iniciar sesión en eBay y acceder al enlace
2. Seleccionar un motivo para proceder al cierre de entre los disponibles y continuar
3. Seleccionar "No. Quiero cerrar mi cuenta" de entre las opciones disponibles en la siguiente sección. Continuar.
4. Aceptar el mensaje de confirmación y proceder al cierre mediante el botón.

Cerrar mi cuenta de eBay

Dinos el motivo

Lamentamos que quieras dejar la Comunidad eBay. Ten en cuenta que una vez se cierre la cuenta, no podrás volver a abrirla.

Antes de cerrar la cuenta, nos gustaría conocer tus motivos. Para limitar las opciones, selecciona la categoría que mejor se ajuste al motivo por el que quieras cerrar la cuenta. A continuación, selecciona el motivo.

Selecciona una categoría

Motivos personales ▾

Selecciona un motivo

Nunca he usado mi cuenta
 No tengo tiempo
 Me voy a mudar
 Voy a cambiar de correo electrónico o de proveedor de acceso a Internet
 Creo que no es seguro usar el sitio
 Otros

Continuar >

Cerrar mi cuenta de eBay

Considerar una posible solución

Te animamos a que mantengas tu cuenta de eBay abierta aunque no tengas tiempo para utilizarla ahora mismo. No te cuesta nada mantenerla abierta (siempre que no tengas que pagar tarifas de vendedor).

¿Se ha solucionado el problema?

No. Quiero cerrar mi cuenta. ▾ **Continuar >**

Figura 46. Formulario de borrado en eBay.

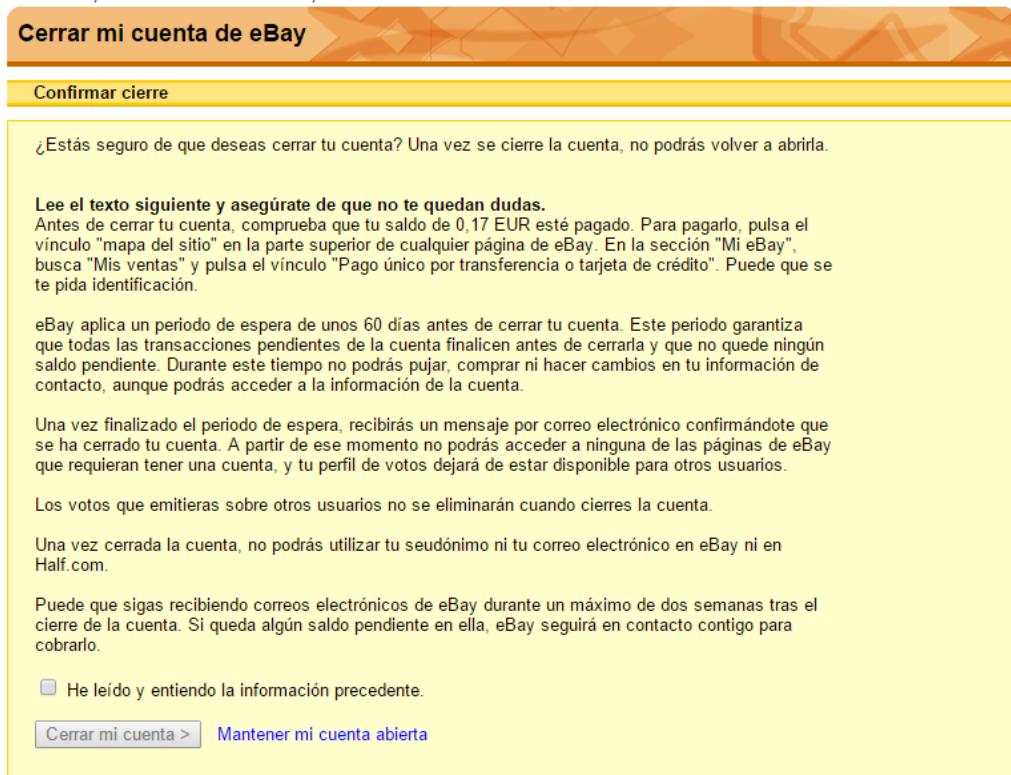


Figura 47. Confirmación de borrado en eBay.

2.7.3.- Google

Enlace: <https://myaccount.google.com>

Google es una compañía especializada en productos y servicios relacionados con Internet, software, dispositivos electrónicos y otras tecnologías. Sus principales productos son el buscador Google Search, el servicio de correo electrónico Gmail o el sistema operativo Android.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil de usuario.

<http://bit.ly/1OqhLRJ>

1. Iniciar sesión en Google y acceder al enlace (o bien Mi cuenta > Preferencias de la cuenta > Eliminar tu cuenta o algunos servicios)
2. Seleccionar "Eliminar la cuenta de Google y los datos"
3. Descargar todos los datos de las cuentas asociadas a Google (opcional)
4. Seleccionar las confirmaciones y proceder al cierre

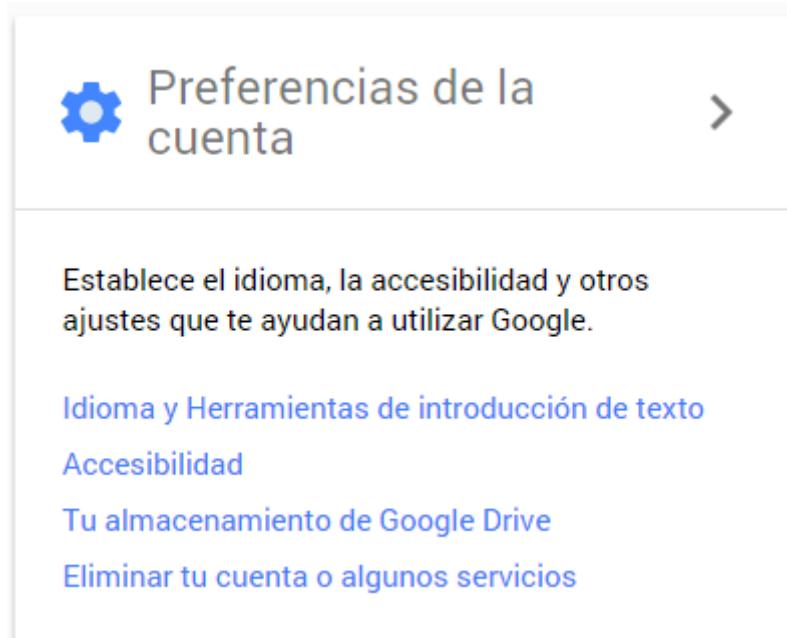


Figura 48. Acceso al procedimiento de borrado de productos en Google.

Se eliminará todo el contenido.

Nota: Es posible que la lista que se muestra a continuación no incluya todos los servicios de Google afectados tras eliminar la cuenta, como los servicios que Google ya no admite. También se eliminarán tus datos de estos servicios.

 Blogger	Se eliminará 1 blog. Publicación más reciente: Pon tus ojos en quien no debes... en untontoenbolas
 Drive	Se eliminarán todos tus archivos, incluidos 2 documentos.
 Gmail	Se eliminarán 1.257 conversaciones. La más reciente: Bienvenido a su cuenta de Doodle <i>Ayer, 16:13</i>

Figura 49. Vista de todos los productos que serán borrados en Google.

Si tienes alguna transacción financiera pendiente, seguirás siendo responsable de los cargos correspondientes.

- Sí, acepto que todavía soy responsable de los cargos en los que he incurrido debido a las transacciones financieras pendientes y entiendo que, en algunos casos, no se me abonarán los ingresos.
- Sí, quiero eliminar de forma permanente mi cuenta de Google y los datos que contiene.

ELIMINACIÓN DE CUENTA **CANCELAR**

Figura 50. Confirmación de borrado de cuenta en Google.

2.7.4.- PayPal

Enlace: <https://www.paypal.com/>

PayPal es una empresa estadounidense perteneciente al sector del comercio electrónico y que permite pagar en sitios web, así como transferir dinero entre usuarios que tengan correo electrónico, una alternativa al método tradicional. PayPal también procesa peticiones de pago en comercio electrónico y otros servicios web, por los que cobra un porcentaje al vendedor.

Procedimiento: procedimiento electrónico desde el perfil del usuario.

1. Iniciar sesión en PayPal y acceder a la configuración del perfil
2. Localizar la sección "Opciones de cuenta" y pulsar "cerrar cuenta".
3. Confirmar la titularidad de la cuenta, completando la información sobre alguna de las tarjetas de pago asociadas a la cuenta.
4. Confirmar el borrado de la cuenta.



Figura 51. Acceso a solicitud de borrado en PayPal.

Medidas de seguridad

Antes de cerrar la cuenta, confirme que es su titular.

Información de tarjeta de crédito

Tarjeta de crédito: ▼

Número de tarjeta de crédito:

Información de cuenta bancaria

IBAN: ▼

Número IBAN:

Enviar Cancelar

Figura 52. Confirmación de titularidad de cuenta en PayPal.

ANEXO 3. MODELO DE SOLICITUD A ASK.COM

Sergio Sánchez Álvarez
C/ Ficticia N° 37, 4º D
44003 - Teruel (Spain)

September, 25, 2015

Ask

Attn: Privacy Officer
Unit 1, College Business & Technology Park, Blanchardstown North Road,
Dublín 15, Irlanda

To whom It may concern,

I refer this written with the intention of requesting the withdrawal of some web links that appears on your web portal's search results (according to resolution of the European Court of Justice C-131/12, May 13, 2014).

To do this I attached, as indicated in the section of its website dedicated to privacy, all required personal data (documentary proof included), and a list of all links I want you to review, as well as the reason that leads me to request their withdrawal.

▪ Personal data:

- Name: _____
- Email: _____
- Address: _____

▪ Links list to be removed:

- <link_1>
- <link_2>

▪ Why I believe this links should be removed?

▪ How affects me personally this links?

I hope the information I provide you will be enough to accept this request. Looking forward to hearing from you.

Sincerely,

Sergio Sánchez Alvarez

ANEXO 4. MODELO DE SOLICITUD A *EXALEAD*

Sergio Sánchez Álvarez
C/ Ficticia N° 37, 4º D
44003 - Teruel (Spain)

September, 25, 2015

Exalead S.A.

10 place de la Madeleine
Paris, 75008
FRANCE

To whom It may concern,

I refer this written with the intention of requesting the withdrawal of some web links that appears on your web portal's search results (according to resolution of the European Court of Justice C-131/12, May 13, 2014).

To do this I attached all required personal data (documentary proof included), and a list of all links I want you to review, as well as the reason that leads me to request their withdrawal.

■ Personal data:

- Name: _____
- Email: _____
- Address: _____

■ Links list to be removed:

- <link_1>
- <link_2>
- <link_3>

■ Why I believe this links should be removed?

I hope the information I provide you will be enough to accept this request. Looking forward to hearing from you.

Sincerely,

Sergio Sánchez Alvarez

Sergio Sánchez Álvarez

ANEXO 5. MODELO DE SOLICITUD A *QWANT*

Sergio Sánchez Álvarez
C/ Ficticia N° 37, 4º D
44003 - Teruel (Spain)

September, 25, 2015

Qwant - Service juridique,
28 rue de l'Université,
75007 Paris;
privacy@qwant.com

To whom It may concern,

I refer this written with the intention of requesting the withdrawal of some web links that appears on your web portal's search results (according to resolution of the European Court of Justice C-131/12, May 13, 2014).

To do this I attached all required personal data (documentary proof included), and a list of all links I want you to review, as well as the reason that leads me to request their withdrawal.

▪ Personal data:

- Name: _____
- Email: _____

▪ Links list to be removed:

- <link_1>
- <link_2>
- <link_3>

▪ Why I believe this links should be removed?

I hope the information I provide you will be enough to accept this request. Looking forward to hearing from you.

Sincerely,

Sergio Sánchez Alvarez

ANEXO 6. MODELO DE SOLICITUD A *SEZNAM*

Sergio Sánchez Álvarez
C/ Ficticia N° 37, 4º D
44003 - Teruel (Spain)

September, 25, 2015

Seznam.cz, a.s.,
Radlická 3294/10,
15000, Praha 5, Czech Republic

To whom It may concern,

I refer this written with the intention of requesting the withdrawal of some web links that appears on your web portal's search results (according to resolution of the European Court of Justice C-131/12, May 13, 2014).

To do this I attached all required personal data (documentary proof included), and a list of all links I want you to review, as well as the reason that leads me to request their withdrawal.

▪ Personal data:

- Name: _____
- Email: _____

▪ Links list to be removed:

- <link_1>
- <link_2>
- <link_3>

▪ Why I believe this links should be removed?

I hope the information I provide you will be enough to accept this request. Looking forward to hearing from you.

Sincerely,

Sergio Sánchez Alvarez

Sergio Sánchez Álvarez

ANEXO 7. MODELO DE SOLICITUD DE BAJA EN *BEBO*

Sergio Sánchez Álvarez
C/ Ficticia N° 37, 4º D
44003 - Teruel

September, 25, 2015

Customer Support

Pigs In Flight, Inc. d/b/a Bebo and Bebo.com
387 Tehama Street
San Francisco, CA 94103

To whom It may concern,

I refer this written with the intention of requesting the removing of my Bebo account, and all the data it contains. Because you not specify which data is required for this, I attach the basic data, waiting for his detailed reply.

▪ Personal data:

- Name: _____
- Email (used to register the account): _____
- Username: _____

I hope the information I provide you will be enough to accept this request. Looking forward to hearing from you.

Sincerely,
Sergio Sánchez Alvarez

ANEXO 8. MODELO DE RECLAMACIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN *FLICKR/YAHOO!*

Sergio Sánchez Álvarez
C/ Ficticia N° 37, 4º D
44003 - Teruel

September, 25, 2015

Designated Agent

Copyright Agent
c/o Yahoo! Inc.
701 First Avenue
Sunnyvale, CA 94089

To whom It may concern,

I refer this written with the intention of realizing a complaint for intellectual rights violation committed in your "Flickr" website. To do this I attached, as indicated in the section of Yahoo!'s website dedicated to copyright and intellectual property politic, all required personal data (documentary proof included), and a reference to the material of my property which has been published.

▪ Personal data:

- Name: _____
- Email: _____
- Phone: _____
- Address: _____

Sergio Sánchez Álvarez
C/ Ficticia N° 37, 4º D
44003 - Teruel

▪ Links to published material:

- Published by: <username>, <link_1>
- Published by: <username>, <link_2>

I hope the information I provide you will be enough to accept this request. Looking forward to hearing from you.

Sincerely,
Sergio Sánchez Alvarez

ANEXO 9. MODELO SOLICITUD DE BORRADO DE INFORMACIÓN EN *REDDIT*

Sergio Sánchez Álvarez
C/ Ficticia N° 37, 4º D
44003 - Teruel

September, 25, 2015

reddit, Inc.
548 Market St., #16093
San Francisco, CA 94104-5401
contact@reddit.com

To whom It may concern,

I refer this written with the intention of requesting the removing of some post that contain wrong information about me or difamatory content. Because you not specify which data is required for this, I attach the basic data and the links to the mentioned posts, waiting for his detailed reply.

▪ Personal data:

- Name: _____
- Email (used to register the account): _____
- Username: _____

▪ Links to published material:

- Published by: <username>, <link_1>
- Published by: <username>, <link_2>

I hope the information I provide you will be enough to accept this request. Looking forward to hearing from you.

Sincerely,
Sergio Sánchez Alvarez

ANEXO 10. MODELO DE SOLICITUD A *INTERNET ARCHIVE (ARCHIVE.ORG)*

Sergio Sánchez Álvarez
C/ Ficticia N° 37, 4º D
44003 - Teruel (Spain)

September, 25, 2015

Internet Archive
300 Funston Avenue
San Francisco, CA 94118
Tel: 415-561-6767
Fax: 415-840-0391
info@archive.org

To whom It may concern,

I refer this written with the intention of requesting the withdrawal of a website or some pages of it what are archived on your wayback-machine in Archive.org.

Because you not specify which data is required for this, I attach the basic data and the links to the mentioned website, waiting for his detailed reply.

▪ Personal data:

- Name: _____
- Email: _____

▪ Website or pages to be removed:

- Web site name: _____
- Web site link: _____

[or specific website pages where the information appears]

- <link_1>
- <link_2>

▪ Why I believe this links should be removed?

I hope the information I provide you will be enough to accept this request. Looking forward to hearing from you.

Sincerely,
Sergio Sánchez Alvarez

GLOSARIO

A	
Agencia Española de Protección de Datos	11, 12, 16, 30, 48, 102, 105
Ansearch	52, <i>Véase</i> Google
AOL	52
API	25, 26
APIs	4, 25
Ask	53
B	
Baidu	54
BASE	55
<i>big data</i>	4, 17
Biglobe	56, <i>Véase</i> Google
Bing	56
Blingo	57, <i>Véase</i> PHC Search and Win
Boletín Oficial del Estado	14, 15, 16, 44, 45, 46, 47, 100, 101, 102, 104
Boletines Oficiales	6, 29, 30, 100
C	
CiteULike	57
D	
<i>data mining</i>	4, 17
DeeperWeb	57, <i>Véase</i> Google
Derecho al Olvido en Internet	11
Dogpile	57, <i>Véase</i> Ask, Bing, Google, Yahoo!
DuckDuckGo	58, <i>Véase</i> Bing, Google, Yahoo!, Yandex
E	
Egerin	58
Exalead	59
Excite	59, <i>Véase</i> Dogpile
G	
Gigablast	59
Gmail	106
Google Docs	113
Drive	113
H	
Herencias digitales	4, 6, 33, 118, 125
HotBot	61, <i>Véase</i> Bing, Lycos, Yahoo!
I	
Info.com	61, <i>Véase</i> Ask, Bing, Google, Open Directory, Yahoo!
Ixquick	61, <i>Véase</i> Gigablast, Google, Yahoo!, Yandex
L	
Leit.is	62
Lycos	62, <i>Véase</i> Yahoo!
Mail	107
O	
Open Directory	62, <i>Véase</i> AOL, Ask, Bing, DuckDuckGo, Gigablast, Google, Ixquick, Yahoo!, Yandex, Yippy
P	
PCH Search and Win	63, <i>Véase</i> Google, Yahoo!
Q	
Qwant	63
R	
Rambler	63, <i>Véase</i> Yandex
redes anónimas	38
redes sociales	4, 13, 21, 23, 25, 26, 32, 33, 34, 35, 47, 50, 71, 72, 87, 125
S	
Seznam	64
Sogou	64
Soso	66, <i>Véase</i> Sogou

T	Y
<i>Tor</i>	38, 39
Tribunal de Justicia de la Unión Europea	
	12
W	
Walla!	66, <i>Véase</i> Google
web 2.0	4, 21, 22
WebCrawler	67, <i>Véase</i> Google, Yahoo!
Z	
Zoo	69, <i>Véase</i> Google, Yahoo!