

Algunas regulaciones permitirían al usuario de Internet eliminar información que estima debe ser olvidada

El derecho al olvido en



Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña
www.alejandrosuarez.es

Google es uno de las herramientas imprescindibles en la red. Como todos sabemos el gigante de internet es el buscador por excelencia, además de que nos ofrece la posibilidad de acceder a gran cantidad de servicios y de manera gratuita.

La popular frase, “si no estás en google no existes” estaba muy presente en internet, tanto en particulares, que se googlean con el fin de conocer dónde aparecen sus nombres, como en sitios web que querían lograr una posición en el buscador lo más ventajosa posible, y en algunos casos obteniendo algún beneficio por ello. Sin embargo, el problema que se

está planteando hace ya algún tiempo es cuando un usuario quiere hacer desaparecer sus datos de la red. En este caso, como es lógico, el usuario debería ser libre para eliminar datos que corresponden a su intimidad sin que esto suponga un menoscabo al derecho a la libertad de expresión que caracteriza a la red. Pero esto

Una de las características de Internet más valorable es la libertad de expresión y propagación

Se pretende también que los clientes estén informados de los datos que se recojan

no es tan sencillo de conseguir y es posible que muchos datos, obsoletos, comprometedores o, en definitiva, privados, nunca desaparezcan de la red.

A este respecto durante los próximos meses habrá novedades, ya que algunos organismos internacionales han anunciado que se regulará el “derecho al olvido”, es decir, el derecho en virtud del cual los usuarios pueden exigir a los proveedores de servicios de Internet que eliminen o bloqueen sus datos completamente cuando dejen de ser necesarios para los fines para los que se recabaron o cuando el cliente solicite su baja. Este es un punto relevante, pues de llevarse a cabo sería un punto de inflexión en lo que se refiere a la información que circula por la red y podría mar-

car precedente. Una de las características de Internet más valorable es la libertad de expresión, la capacidad de propagación de información y el alcance de esta. Sin embargo, no todo lo que circula puede quedar sin control y menos si son datos privados del propio usuario.

Pero independientemente de la libertad que pueda tener el usuario para eliminar sus datos de la red está el conocer quién tiene acceso a los datos que se recogen y para qué se utilizan. A este respecto se pretende también regular que los clientes estén informados de los datos que se recogen acerca de él y de cómo se está controlando el uso de éstos cuando se realiza un perfil del usuario y se les dirige publicidad.

El sustento básico de proveedo-

res de contenidos como google es la publicidad, con independencia de los servicios gratuitos que ofrece, como puede ser google news o el propio buscador. Sin embargo los datos que el gigante de internet recoge del usuario deberían ser conocidos por este, puesto que no ha sido informado con anterioridad de que esos datos podrían quedar almacenados, y aunque lo hubiera sido, debería poder retirarlos en cuanto fuese su voluntad.

Está claro, los usuarios de Internet sabemos que los datos privados cuando están en la red ya no son privados, pero esto no quiere decir que deba ser así. Quizá, hablaremos del derecho al olvido de Google.

CEO Ocio Networks

TECNOLOGÍA EN MOVIMIENTO

Los riesgos de seguridad de la web 2.0

Al parecer muchas empresas no se han percatado que la estrategia de Redes Sociales y la política de seguridad deben ir de la mano, lo que para los especialistas es un desatino pues toda estrategia de Social Media debe incluir un plan de gestión para una crisis que puede estar a la vuelta de la esquina por los riesgos a los que se enfrentan cada día en las Redes Sociales. Panda Security publicó recientemente un estudio que denomina 1er Índice Anual de Riesgo en Redes Sociales, según el cual el 78% de las empresas encuestadas utilizan



Argélida Gómez
Periodista de Tecnología

Facebook es el principal culpable para las compañías que han sufrido infecciones

las redes sociales como herramientas para apoyar la investigación y la inteligencia competitiva, mejorar su servicio de soporte al cliente, implementar las relaciones públicas e iniciativas de marketing y generar beneficios directos. Pero alerta sobre los riesgos que clasifica bajo categorías como legitimidad, privacidad y seguridad, los cuales comienza a cuantificar en esta primera medición.

Así se encontró a Facebook como el principal culpable para las compañías que han experimentado infecciones de malware en

un 71,6% y violaciones de privacidad en 73,2%. YouTube ocupa el segundo lugar en cuanto a infecciones con 41,2%, mientras que Twitter contribuyó a una cantidad significativa de violaciones de privacidad con 51%. Para las compañías que han reportado pérdidas económicas debido a violaciones de privacidad por parte de los empleados, Facebook fue una vez más el sitio más mencionado como la red social en el que se originaron las pérdidas, seguido de Twitter, YouTube y LinkedIn.

argeros@yahoo.com