

# Ética de la reputación online, marca personal y privacidad en el cloud computing: protección de los usuarios frente al derecho al olvido

Pedro R. Palos-Sánchez, Rafael Robina Ramírez, Luis Manuel Cerdá Suárez

*Biblios*, ISSN 1562-4730, n. 71, 2018, p. 17-31

La evolución de la tecnología ha supuesto que en los últimos años Internet haya pasado de un medio de comunicación a la principal tecnología que soporta el intercambio masivo de información a través del cloud computing. La existencia de la nube implica que cualquier proceso se realiza en una localización remota, en lugar de un su ordenador personal, portátil o dispositivo móvil, aprovechando la potencia de computación a través de una conexión de internet. Hoy en día, empiezan a ser pocas las organizaciones que no tienen entre sus objetivos estratégicos realizar una correcta gestión del conocimiento que generan, de tal forma que este revierta en beneficios para la empresa. Uno de los problemas que generan son la falta de privacidad y la vulneración al derecho a ser olvidado, por hechos ocurridos en el pasado y que no se desea que sigan estando presentes en ficheros públicos, medios de comunicación u otros medios, como por ejemplo redes sociales. Esta vulneración afecta muy especialmente a la reputación online y a la propia marca personal, cuando el usuario afectado ejerce como profesional independiente. En este

artículo se ponen de manifiesto los problemas que existen en este ámbito, teniendo en cuenta los antecedentes de la privacidad y el derecho al olvido y trayendo a colación la legislación existente, ya obsoleta. A través de un marco conceptual y el desarrollo de la metodología utilizada en el tema, se dan a conocer los análisis de los resultados sobre el uso de la privacidad en Internet. La privacidad va camino de convertirse en el principal quebradero de cabeza para los buscadores, no hay que olvidar que el avance de las redes sociales ha provocado nuevos problemas relacionados con la necesaria privacidad del usuario. Estos no están relacionados directamente con el "olvido de datos" sino con el uso de datos de manera fraudulenta para fines comerciales. Debemos reflexionar colectivamente sobre la posición dominante que tiene el motor de búsqueda Google a la hora de decidir unilateralmente que indexa y durante cuánto tiempo. Ya son casi 5 años los que lleva investigando la Comisión Europea a Google, ya que su cuota de mercado supera el 90% en la mayor parte de países de la Unión Europea. Si el buscador limitara estas indexaciones y cumpliera el Derecho al Olvido, entonces gran parte del problema desaparecería. Mientras, solo podemos rogar porque estas indefensiones no continúen afectando la vida diaria de los usuarios.

Resumen realizado por José María Amate Sánchez