



INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD



GESTIÓN DE LA PRIVACIDAD, IDENTIDAD DIGITAL Y REPUTACIÓN ONLINE EN INTERNET



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD





GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD



MÓDULO 1



Introducción a Gestión de la privacidad,
identidad digital y reputación *online* en Internet

















FÍNDICE

1. Introducción a la gestión de la privacidad, identidad digital y reputación <i>online</i> en Internet	4
1.1 Evolución de Internet	4
1.2 La presencia de los datos	5
1.3 Protege tus datos	6
2. Privacidad	7
2.1 Privacidad: Derecho Humano	7
2.2 Protección de datos	8
2.3 Datos de carácter personal	8
2.4 Los derechos de los ciudadanos	11
3. Identidad digital	13
3.1 Introducción. Qué es la identidad digital	13
3.2 <i>Egosurfing</i> :	15
3.3 El derecho al olvido	16
4. Reputación online	19
4.1 Descripción de la reputación <i>online</i>	19
4.2 <i>Personal Branding</i>	20
5. Cómo cuidar y mejorar tu reputación <i>online</i>	23
5.1 Pasos para mejorar la reputación <i>online</i>	23
6. Conjunto de normas básicas de comportamiento y buena ciudadanía	26
6.1 La netiqueta	26

1. Introducción a la gestión de la privacidad, identidad digital y reputación *online* en Internet

1.1 Evolución de Internet

Desde su creación, Internet ha ido experimentando una enorme **evolución** y ha dado un vuelco a la sociedad. Internet ha cambiado, sobre todo, en tres aspectos: en el **número de usuarios y dispositivos conectados**, en la **velocidad de conexión** y en el **uso que hacemos de ella**. Internet ha pasado de ser un entorno poco dinámico y unidireccional hasta convertirse en un espacio totalmente interactivo. Todo este gran cambio se ha generado en pocos años. Para situarnos en los grandes **hitos en la evolución** de Internet, hay que tener en cuenta:

-  1969: Nace Internet.
-  1971: Se envía el primer e-mail.
-  1989: Inicia el World Wide Web (Internet 1.0).
-  1995: Microsoft lanza Internet Explorer.
-  1997: Aparecen los Weblog y GoDaddy.
-  1998: Creación de Google.
-  2000: Aparece Google AdWords, primer método de pago de publicidad.
-  2004: Se fundan Facebook, Gmail, Flickr, Vimeo.
-  2005: Nace Youtube, Plataforma audiovisual de mayor impacto.
-  2006: Nacen Twitter, Wix, y aparece el concepto de web 3.0.
-  2010: Llegan Instagram y Pinterest.
-  2011: Se desarrolla Google+ y Twitch.
-  2012: Internet llega a 2,4 millones de usuarios.
-  2017: Aparece TikTok.

La primera era de Internet se conoció como **web 1.0** y disponía de capacidad limitada para transportar mensajes cortos entre dos terminales y únicamente personas con capacidades técnicas podían hacer uso de esta tecnología.

Entre **1980 y 2000**, tuvo una gran expansión. Primero se desarrolló en las salas de computación de las universidades y centros de investigación, y después se expandió a las empresas privadas y organismos públicos de diferentes lugares del mundo. Este crecimiento fue fundamental para que Internet ampliara su alcance y se convirtiera en una **red mundial interconectada** que llegaría a millones de personas.

En el año **2000**, nace la **Web 2.0** que significó una evolución hacia una red interconectada que mueve cantidades infinitas de información y en la que cualquiera de nosotros tenemos posibilidad de generar contenidos e interactuar con los existentes. Es la época en la que nacieron las **redes sociales** y otras herramientas que facilitaron el intercambio de la información, el diseño centrado en el usuario, la interoperabilidad y la colaboración en Internet.

Internet continúa evolucionando hacia la era que podremos denominar **Web 3.0** con tecnologías como la **realidad virtual**, Internet de las cosas, la **web semántica**, el **blockchain** y la **inteligencia artificial**.

1.2 La presencia de los datos

Hoy en día **los datos tienen un gran valor**, gracias a ellos las empresas pueden tomar decisiones para mejorar productos y servicios. Pero esta revolución de los datos de la era digital no se ha limitado al entorno empresarial o científico, los datos juegan también un papel fundamental en nuestra vida cotidiana. A lo largo de nuestro día, constantemente compartimos nuestros datos, por ejemplo, cuando intercambiamos fotos en redes sociales o realizamos compras online.

La **información que está presente en Internet se presenta de distintas formas:**



almacenada en la web,



en las redes sociales,



en el rastro que dejamos al navegar por la red,



en formatos audiovisuales,



cuando descargamos o nos registramos en una aplicación web,



en los aplicativos físicos conectados a Internet que utilizamos (IoT), etc.

1.3 Protege tus datos

Cuando navegamos por Internet compartimos, de manera consciente o no, mucha información, vamos dejando un rastro que conforma lo que se conoce como **identidad digital** y con ella, nuestra **reputación online**. Son dos conceptos diferentes pero muy relacionados.

- La identidad digital está formada por toda la información que hay sobre nosotros en la red. Esta información habitualmente ha sido facilitada por nosotros mismos, por ejemplo, cuando publicamos algo en redes sociales, interactuamos en un foro, comentamos la publicación de un conocido, nos suscribimos a una *newsletter*, etc. Pero nuestra identidad digital también se compone de información que terceras personas han publicado sobre nosotros, por ejemplo, cuando nos etiquetan en una foto en redes sociales.
- Por otra parte, la reputación online es la imagen que los demás tienen sobre nosotros partiendo de la información que encuentran en Internet. Esta imagen puede repercutir en nuestra vida fuera de la red, de forma positiva o negativa, y de ahí la importancia de tener que cuidar nuestra identidad digital

Todos tenemos información que queremos mantener en privado y que no nos gustaría que otras personas, conocidas o no, supieran sobre nosotros. Debemos ser conscientes de que, **cuando hacemos una publicación en Internet**, perdemos el control sobre ella. Aunque tengamos nuestros perfiles privados alguien puede sacar una captura de pantalla y difundirla a su vez sin nuestro control, pudiendo llegar a utilizar esta información en nuestra contra, ahora o en el futuro. Por eso antes de subir algo a Internet debemos plantearnos si no nos importaría que cualquier persona del mundo pueda tener acceso a ello, puesto que es lo que puede pasar.

Por otra parte, también es importante atender a la información que compartimos de forma indirecta. Por ejemplo, si hacemos una publicación en la que dejamos ver que estamos de vacaciones, los **ciberdelincuentes** sabrán que no estamos en nuestro domicilio y, por tanto, pueden entrar a robar sin ninguna preocupación.

Cuando no cuidamos nuestra privacidad, también nos exponemos a ser víctimas de otros riesgos, como la suplantación de identidad, utilizando nuestros datos para crear perfiles falsos en redes sociales o incluso cometer otros fraudes en nuestro nombre.

Además, también debemos tener precaución a la hora de facilitar información personal y datos bancarios en páginas web que nos han llegado a través de emails, mensajes, promociones o anuncios sospechosos, ya que de caer en malas manos podríamos acabar siendo víctimas de un fraude.

Por todo lo expuesto, debemos ser conscientes de que, cuando publicamos y compartimos información en Internet, nos podremos estar exponiendo a ciertos riesgos que debemos conocer para identificarlos y conocer cómo protegernos ante ellos. En este curso te ofreceremos la información necesaria para ello.

2. Privacidad

2.1 Privacidad: Derecho Humano

En el **artículo 12 de la Declaración Universal de Derechos Humanos** se recoge, entre la enumeración de derechos, el de privacidad: *"Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques."*

Podría parecer muy claro, pero el acuerdo sobre lo que realmente significa **privacidad** resulta algo más difícil. Dependiendo del contexto, puede significar el derecho a la libertad de pensamiento en conciencia, el derecho a ser dejado en paz, el derecho a controlar su propio cuerpo, el derecho a proteger su reputación, el derecho a una vida familiar, o el derecho a una sexualidad de su propia definición.

En términos legales, la privacidad no es un derecho absoluto. Esto significa que puede restringirse por ciertas razones, por ejemplo, para proteger la seguridad nacional o la seguridad pública o si entra en conflicto con otros derechos como el derecho a la libre expresión.

Para entenderlo mejor, mostramos un ejemplo: sería el caso de una figura pública que invoque su derecho a la privacidad para evitar que se divulguen sus registros financieros y, así, esconder un fraude.

2.2 Protección de datos

Aunque en ocasiones se confunden, **la protección de datos no es lo mismo que la privacidad:**

- La privacidad es un concepto amplio que se refiere a las condiciones que permiten un fundamento básico de la dignidad humana y autonomía.
- La protección de datos es más específica. Tiene que ver con la forma en la que terceros utilizan nuestra información: cómo se recopila, procesa, comparte, almacena y utiliza.

En otras palabras, la privacidad tiene un **enfoque más general**, y la protección de datos se centra en una **parte de ella**.

Igual que la privacidad, la protección de datos también está sujeta a límites; como, por ejemplo, cuando se obtiene una orden judicial que permite a las fuerzas del orden acceder a los registros telefónicos de un sospechoso.

Desde mayo de 2018, el **Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)** regula a nivel de la Unión Europea la protección de datos de todos los europeos. En diciembre de 2018 se dictó en nuestro país la Ley actualmente vigente: Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

2.3 Datos de carácter personal

En nuestro día a día, en las relaciones que establecemos tanto en la vida real como en el ámbito virtual, hacemos uso de nuestros datos de carácter personal, que requieren ser tratados de manera respetuosa y en cumplimiento de una serie de principios y requisitos.

Se entiende por **datos de carácter personal cualquier información que hace alusión a personas físicas**. Es decir, cualquier dato que permita identificar a una persona de forma unívoca. Algunos ejemplos serían: su nombre, un número de identificación, datos de ubicación o un identificador online. También se consideran de carácter personal aquellos datos que por sus características (solas o combinadas) permiten identificar a una persona, como son la identidad física, fisiológica, genética, psíquica, económica, cultural o social.

Existen diferentes **tipos de datos** de carácter personal:

- **Datos identificativos** (nombre, apellidos, número del documento nacional de identidad, datos de IP, nombre de usuario o identificadores online).
- **Categorías especiales de datos:** son los que pueden ofrecer información sobre aspectos como tu origen étnico o racial, tus opiniones políticas, tus convicciones religiosas o fisiológicas, o si tienes afiliación a algún organismo sindical. También entran en esta categoría los datos genéticos y los biométricos (si te identifican de manera unívoca), así como los relativos a tu forma de vida u orientación sexual.

Existen muchos **ejemplos de situaciones** en las que se utilizan los datos personales:

1. Cuando realizas el registro en un establecimiento hotelero, es habitual que te soliciten los datos de tu documento nacional de identidad o al pedir una hipoteca te pedirán datos económicos, como la copia de tu nómina, para valorar tu solvencia económica.
2. Si navegas por Internet y te suscribes a algún servicio o te registras para recibir una newsletter, facilitarás, al menos, tu correo electrónico en el proceso de suscripción. Igualmente ocurre si te das de alta en una determinada red social.
3. Acciones tan cotidianas como darte de alta en un servicio proveedor de correo electrónico también implicará que te soliciten datos personales.
4. De igual forma ocurre si acudes a un centro de salud u hospital en los que, además de los datos de carácter personal, facilitarás aquellos que hacen referencia a tu salud.
5. Si eres un trabajador por cuenta ajena también habrás indicado tus datos mientras dure la prestación laboral con la entidad en la que prestas tus servicios para diversas finalidades como puede ser la gestión de recursos humanos o pagarte tu retribución.

Como puedes ver, la mayoría de los ciudadanos facilitamos nuestros datos personales en algunos de los ejemplos descritos o en otros similares. Las empresas, entidades u organizaciones a las que se entregan los datos personales deben cumplir una serie de obligaciones a la hora de realizar el tratamiento de los mismos.

Estas obligaciones vienen recogidas en el **Reglamento General de Protección de Datos** (RGPD) y en la **Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales** (LOPDGDD) y son aspectos como la Transparencia, Registro, Atención a los Derechos, Protección de datos, Medidas de seguridad para la protección de derechos y libertades o gestión de brechas, entre las más significativas.

En cualquier momento puedes solicitar al responsable de tratamiento de esos datos información sobre el uso que se está haciendo de tu información.

2.4 Los derechos de los ciudadanos

La normativa actual de protección de datos, compuesta, como hemos visto, por el Reglamento de la Unión Europea de 2016 y la Ley española de 2018 han ampliado de forma importante los derechos que se reconocen a los ciudadanos. Se tratan de los siguientes:

Derecho de acceso	<p>Permite conocer el uso que se les están dando a nuestros datos personales, en el caso de que estén siendo tratados.</p> <p>En caso afirmativo, también tenemos la posibilidad de conocer los fines de dicha utilización, categorías, a quién o quienes se les van a mostrar, las fuentes de obtención, la posibilidad de limitar el uso de los mismos, etc.</p>
Derecho de rectificación	<p>Obliga al responsable del tratamiento de tus datos a rectificar alguno de ellos en caso de que sean erróneos. En la petición de corrección es necesario reflejar qué datos hay que rectificar, y en caso necesario, la documentación que demuestre esto mismo. El derecho de rectificación permite también completar los datos cuando fueran incompletos.</p>
Derecho de oposición	<p>Implica que podemos negarnos al tratamiento de nuestros datos en los siguientes casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando el tratamiento se justifique por una misión basada en el interés público o en un interés legítimo, salvo que existan motivos imperiosos que prevalezcan sobre el derecho de la persona interesada se pretendan utilizar para interés público o legítimo. • Cuando el fin de la utilización de datos se deba a la comercialización directa.
Derecho de supresión	<p>Podemos solicitar la eliminación de nuestros datos personales si ya no son necesarios para el fin para el que se proporcionaron, si ya no hay consentimiento para el tratamiento de nuestros datos personales, si han sido utilizados para un fin no acordado por ambas partes, si nos acogemos al derecho de oposición en ciertas situaciones o si es necesaria su supresión para cumplir una obligación legal establecida en el Derecho de Unión.</p>

<p>Derecho de limitación del tratamiento</p>	<p>Podemos poner límites al tratamiento de nuestros datos en varios casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solicitar que se suspenda el tratamiento mientras se comprueba que los datos son exactos o nuestros motivos para oponernos • Solicitar al responsable la conservación de tus datos en el caso de que no te interese que sean eliminados, pero sí limitados en su uso.
<p>Derecho de portabilidad de tus datos</p>	<p>Hace posible que podamos recibir los datos que son tratados en un formato que nos permita transmitirlo a otro responsable del tratamiento, o, incluso, que un responsable pueda transmitirlo a otro, como ocurre con la portabilidad al cambiar de una compañía telefónica a otra</p>
<p>Derecho a no ser objeto de decisiones automatizadas</p>	<p>Su finalidad es evitar que seamos objeto de decisiones basadas solo en un tratamiento automatizado de nuestros datos, lo que se conoce como “perfiles”, que puedan afectar a nuestra vida laboral, social, de salud, etc.</p> <p>No será posible ejercer este derecho si el tratamiento es necesario para celebrar un contrato o si se justifica por el consentimiento que previamente se ha prestado.</p>

En los siguientes apartados profundizaremos en los conceptos de identidad digital y podrás ver un vídeo que te ayudará a comprender mejor el concepto de privacidad.



MÁS INFORMACIÓN

Puedes consultar todas estas leyes y ampliar información en la **página web:**

[Ver enlace](#)

3. Identidad digital

3.1 Introducción. Qué es la identidad digital

La **identidad digital** es la suma de toda la información que puede ser encontrada o asociada a una persona en Internet, según sus **datos únicos identificadores**, como:

- Nombre
- DNI
- correo electrónico
- o incluso *nickname*.

Esta información podrá aparecer en redes sociales, artículos, publicaciones, foros, comentarios, etc., y estará formada, tanto por las publicaciones que haya hecho el propio usuario, como por las que hayan hechos terceros sobre dicho individuo. Además, esta información es atemporal, es decir, se podrá encontrar información que ha sido publicada tanto recientemente como hace años. Por último, no hay que olvidar que esta información podrá o no ajustarse a la realidad, más aún cuando no seamos nosotros los autores.

La identidad digital tiene su **repercusión en el mundo real**, por ejemplo, antes de conocer físicamente a una persona, se puede obtener información de ella a través de su identidad digital y generar presunciones, incluso sin haber interactuado con ella. En cuanto al ámbito profesional, en los últimos años las empresas han incorporado la comprobación de la identidad digital de los candidatos como paso previo a la contratación.

Página web Wikipedia de Pedro Duque

Otras referencias.

pedro duque

Q Todo Noticias Imágenes Videos Maps Más Herramientas

Aproximadamente 28.500.000 resultados (0,50 segundos)


https://es.wikipedia.org/wiki/Pedro_Duque

Pedro Duque - Wikipedia, la enciclopedia libre

Pedro Francisco Duque Duque (Madrid, 14 de marzo de 1963) es un astronauta, político e ingeniero aeronáutico, conocido principalmente por haber sido el ...

Nacionalidad: Española
Presidente: [Pedro Sánchez](#)

Sitio web: www.pedroduque.es
Miembro de: [Academia Internacional d...](#)



https://twitter.com/astro_duque

Pedro Duque (@astro_duque) / Twitter

Pedro Duque ha cedido al #MuseudelesCiències de València uno de los trajes espaciales que utilizó durante su etapa como astronauta.

https://www.esa.int/Space_in_Member_States/Spain

ESA - Pedro Duque - European Space Agency

Pedro fue Especialista de Misión en el vuelo STS-95 del Transbordador Espacial Discovery, que tuvo lugar del 29 de octubre al 7 de noviembre de 1998. Durante ...

https://www.esa.int/Cervantes_Mission_Spanish/Pedro_Duque

ESA - Pedro Duque - European Space Agency

Pedro Duque nació el 14 de marzo de 1963 en Madrid. Está casado y tiene tres hijos. Duque es aficionado a la natación, al submarinismo y a la bicicleta.

En este ejemplo, hemos realizado una búsqueda con el nombre del astronauta español, Pedro Duque. Podemos ver que no solo aparece información de Wikipedia, sino también artículos e incluso su cuenta de Twitter (hoy X). Si lo hacemos con nuestro nombre, posiblemente aparecerá también si tenemos Facebook, LinkedIn u otras redes sociales o blogs personales, etc. Toda la información que publicamos en Internet puede llegar a usarse en nuestra contra o incluso ser manipulada para perjudicarnos, ahora o en el futuro.

A continuación, se enumeran diferentes **recomendaciones para cuidar nuestra identidad digital**:

1. Limitar la información que publicamos en Internet sobre nosotros, y evitar compartir información personal, como correo electrónico, número de teléfono, dirección, ubicación, fotos de menores, fotos comprometedoras, documentos personales, opiniones, quejas y comentarios comprometidos, así como conversaciones privadas. Además, deberemos tener en cuenta que, una vez que subamos cualquier tipo de contenido, habremos perdido su control.
2. Establecer las configuraciones de privacidad y seguridad oportunas en nuestras redes sociales y servicios.
3. Controlar nuestro círculo de contactos, siendo conscientes de quiénes podrán tener acceso a lo que publiquemos.
4. Seguir las normas de netiqueta (buenas prácticas de conducta en la red) si participamos u opinamos en algún tipo de debate en la Red y en los comentarios que publiquemos.
5. Evitar el uso de redes públicas y redes wifi desprotegidas y, en caso de hacerlo, no realizar acciones en las que se transmita información confidencial, como datos bancarios o contraseñas.
6. Hacer uso de contraseñas robustas y cambiarlas regularmente.
7. Conocer nuestros derechos establecidos en el **Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y en la Ley española**.

8. Practicar **egosurfing** periódicamente, monitorizando la información que se puede llegar a encontrar sobre nosotros en Internet.
9. Si encontramos cualquier tipo de información que no nos gusta, solicitar su retirada ejerciendo nuestro derecho al olvido.

3.2 Egosurfing:

La práctica de **egosurfing** consiste en utilizar buscadores como Google y las redes sociales, introduciendo términos de búsqueda relativos a nosotros mismos, como nombre y apellidos, DNI, email, etc., para encontrar qué información existe sobre nosotros en Internet, bien que haya sido publicada por nosotros o por terceros, tanto de forma legítima como ilegítima.

MÁS INFORMACIÓN



En el siguiente enlace podrás leer el artículo: "Egosurfing: ¿qué información hay sobre mí en Internet?"

[Ver enlace](#)

Además, también podemos configurar **alertas en los buscadores** (como Google Alerts) para que nos lleguen notificaciones cada vez que se encuentre una nueva publicación sobre nosotros, a través de las palabras clave que establezcamos.

Por otro lado, realizar *egosurfing* en redes sociales nos permitirá identificar si nuestra identidad ha sido suplantada y existen perfiles sobre nosotros de los que no somos creadores ni dueños.

3.3 El derecho al olvido

Este es uno de los derechos recogidos en el **Reglamento General de Protección de Datos** y en la Ley, que nos permite “desaparecer” de Internet o reducir nuestra presencia digital.

Cualquier persona puede solicitarlo, según ciertas condiciones, y esto obligaría a los buscadores a suprimir de Internet cualquier información de tipo personal publicada sobre la que la persona interesada no esté de acuerdo.

¿Qué condiciones debemos reunir?

- Que la información que queramos eliminar sea inadecuada, inexacta, no pertinente, así como no actualizada o excesiva.
- También cuando evidencie que nuestros derechos, según las circunstancias personales del caso, estén por encima del mantenimiento de los enlaces correspondientes en el servicio de búsqueda de internet. Esto también es válido en el caso de que queramos ejercer este derecho en redes sociales y servicios equivalentes.

En muchos supuestos, prevalece el interés público de la información.
Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

MÁS INFORMACIÓN



Puedes consultar la siguiente página web para más información: [Ver enlace.](#)



Pasos a seguir para ejercer el derecho al olvido

Según la normativa de protección de datos, para poder ejercer el derecho al olvido, lo primero que tiene que hacer la persona interesada es dirigirse a la entidad o empresa que está tratando sus datos. Por ejemplo, si es el caso de un buscador como Google, Bing o Yahoo!, han ido habilitando una serie de formularios para que el usuario pueda realizar las peticiones oportunas y así poder ejercer este derecho.

Pero, **¿qué ocurre si estas entidades no responden a dicha petición?** En ese caso, se puede interponer una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos. Esta se encargará de estimar si procede o no y, a su vez, esta decisión puede ser recurrible ante los tribunales.

A continuación, veremos cómo podemos ejercer este derecho en el buscador Google. Desde el siguiente **enlace** podremos acceder al formulario donde realizar la petición de eliminación de información en el buscador: [Ver enlace](#).

Seguidamente, deberemos hacer clic en el botón **“Crear solicitud”**:

Cómo retirar contenido de Google

Esta página le permitirá acceder al sitio adecuado para denunciar el contenido que quiera que se retire de los servicios de Google de acuerdo con las leyes aplicables. Proporcionenos información completa para que podamos investigar su consulta.

Si tiene problemas que no sean de tipo legal con los [Términos del Servicio](#) o las [Políticas de Contenido](#) de Google, visite <http://support.google.com>.

Debe enviar una notificación individual para cada servicio de Google en el que aparezca el contenido.

¿A qué producto de Google hace referencia su solicitud? [Búsqueda de Google](#)

¿A qué producto hace referencia su solicitud? [Búsqueda de Google](#)



Aunque Google retire una página web o una imagen de nuestros resultados de búsqueda, no podemos retirar contenido de los sitios web que lo alojan. Es posible que la página siga existiendo en el sitio web, lo que significa que se puede encontrar a través de la URL del sitio web, en redes sociales donde se haya compartido o en otros buscadores. Le recomendamos que se ponga en contacto con el propietario del sitio web para pedirle que retire el contenido en cuestión.

Visite [esta página](#) para obtener más información sobre cómo ponerse en contacto con el propietario de un sitio web.

¿En qué podemos ayudarte? [Información personal: solicitar que se retire información personal mía de los resultados de búsqueda de Google](#)

Tenga en cuenta que es posible que los resultados de búsqueda incluyan un aviso para indicar que se han eliminado algunos resultados.

Elige una de las siguientes opciones: [Derecho al olvido: solicitud de retirada de información de acuerdo con la legislación europea en materia de protección de datos](#)

Gracias por describir el problema. Haga clic en **Crear solicitud** para enviar una solicitud a nuestro equipo.

Crear solicitud

Una vez pulsada la opción, aparecerá una ventana donde iremos cumplimentando nuestra solicitud con los **datos requeridos**, como: país de origen, nombre legal completo, datos del correo electrónico, etc. Después deberemos indicar la información personal que queremos eliminar, y la URL o dirección de Internet donde se encuentra.

Formulario de solicitud de retirada de datos personales

Por motivos de privacidad y de protección de datos (por ejemplo, en virtud del Reglamento General de Protección de Datos de la UE), tienes derecho a solicitar que se retiren determinados datos personales relacionados contigo.

Con este formulario, puedes solicitar que se retiren determinados resultados de la Búsqueda de Google devueltos en consultas que incluyen tu nombre. Google LLC es el responsable del tratamiento de los datos personales que se lleva a cabo al determinar los resultados que se muestran en la Búsqueda de Google y, además, gestiona las solicitudes de retirada enviadas mediante este formulario.

Si quieres solicitar la retirada de datos personales de otro producto de Google, envía una solicitud mediante el formulario del producto correspondiente, disponible en nuestra página [Cómo retirar contenido de Google](#). Por ejemplo, si quieres solicitar la retirada de datos personales de Blogger, envía una solicitud a través del formulario de Blogger correspondiente.

Cuando Google recibe una solicitud, busca el equilibrio entre tus derechos de privacidad y protección de datos y si es de interés público tener acceso a esa información, así como el derecho de otros usuarios a distribuirla. Por ejemplo, podemos negarnos a retirar determinada información sobre estafas financieras, negligencia profesional, condenas penales o comportamientos impropios de funcionarios públicos. Consulta más información en este [artículo del Centro de Ayuda](#).

País cuya legislación se aplica (normalmente, en el país donde resides)

Seleccionar país o región*

Tus datos

Nombre y apellidos

Aunque envíes la solicitud en nombre de otra persona que te haya autorizado para representarla, debes indicar tu nombre. Si representas a otra persona, debes tener autoridad legal para actuar en su nombre.

Nombre:*

Apellidos:*

Dirección de correo electrónico de contacto*

Actúo en nombre de...*

Si envías esta solicitud en nombre de otra persona, tienes que especificar tu relación con ella (por ejemplo, 'padre' o 'abogado'). Es posible que te solicitemos documentación que confirme que estás autorizado para representarla.

☒ Yo mismo

☐ Cliente

☐ Familiar

☐ Amigo

☐ Otros

En las **redes sociales** también podemos ejercer este derecho. Además, siempre tendremos la opción de eliminar nuestra cuenta de usuario de forma permanente, aunque previamente, para no perder la información que tengamos en nuestro perfil, podremos realizar una copia de seguridad, descargándonos toda la información de nuestro perfil, ya sean imágenes, vídeos, etc.

Otro caso sería que quisiéramos reclamar la eliminación de información que aparece sobre nosotros **en otros perfiles**, bien por falta de veracidad o porque afecten a nuestra reputación pública e imagen. En dicha circunstancia, podremos ejercer nuestros derechos de acceso, rectificación, supresión, u oposición, o en todo

caso, pedir a los administradores del servicio de la red social que eliminen esta información a través de los protocolos que tengan habilitados para este fin.

Un ejemplo donde aplicaría el derecho al olvido sería en el caso de que estuviéramos buscando información sobre nosotros en Internet y descubriéramos que en el resultado de búsqueda aparece un enlace a una web donde hay información sobre una deuda contraída que al final fue subsanada, pero que no se indica. Esta publicación podría perjudicarnos a la hora de pedir un préstamo o cualquier otro asunto personal o profesional, por tanto, tendríamos el derecho a que se eliminara esta información.

MÁS INFORMACIÓN



Para más información, consulta el siguiente **artículo**: “Ejerciendo el derecho al olvido”:

[Ver enlace](#)

4. Reputación online

4.1 Descripción de la reputación *online*

La **reputación** es el concepto que mide cuál es la valoración que hace un determinado público sobre algo y puede estar asociada a un producto, marca o persona. La reputación engloba los sentimientos que le transmite, los recuerdos que sugiere, los colores con los que se asocia, el carácter que proyecta, etc.

En este sentido, por ejemplo, las **grandes empresas** invierten muchos esfuerzos en preservar y cuidar su reputación. Para ello:

- Los gabinetes de prensa tratan de medir el impacto en la reputación de las comunicaciones públicas.
- Los departamentos de marketing enfocan sus esfuerzos para trasladar los valores de la marca o los departamentos de I+D enfocan la innovación a productos que estén alineados con la imagen que proyecta la empresa.

Pero la reputación no solo es una cuestión que afecta al mundo *offline* (no conectado), sino que es trasladable al mundo digital, conociéndose como **reputación online**. En este caso hablaríamos de la valoración que tiene una persona, marca o producto en Internet.

En definitiva, cualquier acción que hagamos en Internet puede tener un impacto en la reputación de forma positiva o negativa; incluso la ausencia de respuesta puede generar una opinión sobre algo o alguien.

Una de las **características importantes del mundo online** es que la información tiende a almacenarse para ser consumida o consultada en cualquier momento y es difícil de borrar, pues una vez publicada puede caer en manos de cualquier persona o empresa. A ello se añade su rápida viralización o difusión.

Por tanto, a diferencia de la reputación tradicional u *offline*:

- En la **reputación online** el contenido pasado afecta de forma importante a nuestra reputación y resulta complicado eliminar toda aquella información que no queremos que se asocie con nosotros, al estar disponible en la Red y al alcance de muchas personas.

4.2 Personal Branding

Por otro lado, es importante destacar que:

El **personal branding** es el término que se utiliza para la gestión de la reputación o marca personal. Se trata de actuar y posicionarse de forma que tu público entienda claramente quién eres y qué ofreces. Es decir, debes saber exactamente por lo que quieres ser recordado y trabajar para diseñar esa imagen para tu audiencia.

Este concepto no es solo aplicable al ámbito profesional, sino que también es importante trabajarlo en el ámbito individual. Se trata de gestionar lo que se quiere transmitir a los demás e influir en la manera en la que los demás perciben y para conseguir esto existen **tres elementos clave**:

- **La imagen qué se está proyectando sobre uno mismo.** Simplemente la forma de vestir transmite mucha información. En el mundo *online*, la primera imagen que se visualiza tiene mucho impacto y será la que el público vea a través de tus redes sociales, vídeos, etc. Por tanto, hay que cuidarla bien.
- **Las acciones realizadas.** La imagen hay que acompañarla de acciones que puedan corroborar que, efectivamente, la imagen que estás proyectando se corresponde con la realidad.
- **La actitud.** La manera en que se dicen las cosas y la forma en la que se hacen determinará la imagen final de tu marca. La actitud puede proyectar una imagen formal, informal, divertida, seria, etc.

Cuando se trabaja en la marca personal mucha gente utiliza las **estrategias de las marcas comerciales** con el objetivo de diferenciarse y conseguir un mayor éxito profesional o personal y es importante destacar que la marca personal no se construye de inmediato, sino poco a poco y con estrategias bien planificadas.

A continuación, se presentan las **ventajas** de potenciar tu marca personal:



Por tanto, a la hora de trabajar nuestra reputación *online* y marca personal lo más importante es **ser nosotros mismos**.

Tiene que ser un perfil genuino alineado con quién somos. Se recomienda tener una buena estrategia e ir analizando la audiencia a los que nos dirigimos, así como medir los resultados.

5. Cómo cuidar y mejorar tu reputación *online*

5.1 Pasos para mejorar la reputación *online*

Tras conocer el concepto de reputación online, en este apartado descubriremos el proceso por el que cualquier usuario puede mejorar su reputación online, o mantener la que ya tenga, si esta es positiva. Debemos tener en cuenta **cuatro pasos**:

Primer paso: Revisar la reputación *online* actual

La reputación online es el **prestigio de una persona en Internet**, a la que contribuyen todas las interacciones e información, tanto directa como indirecta, que existan en la Red, haya sido publicada por dicha persona o por terceros y en cualquier momento, es decir, es atemporal.

El primer paso será revisar cuál es **nuestra reputación *online* en el momento actual**, haciendo búsquedas por nuestro nombre y datos únicos identificativos e indagando en posts e interacciones pasadas de las redes sociales.

Puesto que todas estas interacciones y publicaciones se han ido realizando a lo largo del tiempo, y probablemente en muchas ocasiones sin atender al concepto de reputación online, puede resultar un paso delicado y llegar a encontrar cuestiones que no se ajusten a la realidad, a nosotros y a nuestros objetivos, bien sean personales o profesionales.

Con toda la información que obtengamos deberemos plantearnos **preguntas** como las siguientes y tomar medidas en consecuencia:

- ¿Esta información digital representa quién soy realmente?
- ¿Estoy de acuerdo con la imagen que se refleja sobre mí?
- Los perfiles que están activos, ¿quiero que sigan estándolo?
- ¿Por qué quiero utilizar una cuenta de una red social y cuáles son las implicaciones para mi identidad digital?






◆ Segundo paso: Establecer objetivos

El siguiente paso para mejorar la identidad digital es establecer una serie de **objetivos**:

¿Quieres que tu identidad digital represente tus aspiraciones profesionales, personales o sociales? La respuesta va a determinar nuestros objetivos y por tanto el plan que debemos seguir.

Por ejemplo, alguien que quiera mostrarse con un perfil más orientado al sector profesional puede tener objetivos diferentes, y una identidad digital diferente de alguien que quiere mostrar un perfil más personal o relajado.

En el caso de querer mostrar un **perfil profesional**, habrá que tener en cuenta factores como:

-  Qué red social me interesa para este fin.
-  Qué información quiero compartir.
-  Si debería realizar mis propias publicaciones.
-  Qué personas o empresas son las adecuadas para ampliar mi red profesional, etc.
-  Así mismo se deberá ser más constante y cuidadoso en todo lo que se refiere al comportamiento online, para que la parte más personal no interfiera o afecte a la profesional.

En cambio, en un **perfil personal**, aunque igualmente se debe ser cuidadoso tanto con lo que se comparte como en el modo en que se tienen interacciones, no hay que ser tan estricto. En este caso, la elección de qué redes sociales se van a usar responde a preferencias meramente personales.

En esta fase deberemos plantearnos **cuestiones** como:

- ¿Están todas las redes sociales que he utilizado alineadas con mi objetivo?
- ¿Mi presencia online amenaza de alguna forma a alguno de mis objetivos?
- ¿Cuál debe ser mi línea de comportamientos y publicaciones para ser consecuente con mis objetivos?
- ¿Mis objetivos e identidad digital me representan realmente?

◆ Tercer paso: Ser uno mismo. Ser genuino

La identidad digital y reputación online debería reflejar fielmente lo que uno representa personal y profesionalmente, tanto en la esfera *online* como *offline*. Ser genuino ayuda a mantener consistencia en el entorno digital:

- Mientras que ser **genuino** es importante, debemos ser conscientes de que lo que reflejamos online no tiene por qué ser todo lo que somos en la vida offline, pero al menos que la parte que se muestre sí que corresponda fielmente con nosotros, ya que puede afectar a interacciones, oportunidades y reputación en la vida real.
- También debemos tener presente que, aunque nosotros seamos genuinos, no todas las personas con las que interactuemos en este medio van a serlo. Por ello, debemos ser precavidos en ese sentido, sobre todo con aquellos que no conozcamos en la vida real, ni pertenezcan a nuestro entorno.
- Tampoco hay que olvidar que ser genuino, o auténtico, no significa bajo ningún concepto que debamos exponer toda nuestra vida en el entorno online. Eso provocaría una sobreexposición de información que podría tener graves consecuencias. Solo debemos compartir lo que realmente nos interesa, atendiendo a nuestros objetivos.

La **veracidad** no resulta contraria a la protección de nuestra privacidad, debe atenderse a ambas conjuntamente, de esa manera podremos ser genuinos y al mismo tiempo no ponernos en riesgo por una sobreexposición de nuestra privacidad.

◆ Cuarto paso: Ser constante y tener presente la implicación de la reputación online

Mantener una buena reputación online, igual que la reputación personal, se consigue día a día tomando buenas decisiones sobre lo que se comparte en la Red. La **constancia** no solo es aplicable a la hora de publicar e interactuar, sobre todo al usar redes sociales, sino también siendo constantes a la hora de vigilar esa información que puede aparecer sobre nosotros sin nuestro conocimiento al no ser los autores y, en caso de encontrar algo que nos incomode, tomar las medidas necesarias. La reputación online también se relaciona con una **serie de normas básicas de comportamiento**, conocido como “*netiqueta*”, que veremos en detalle en el próximo apartado.

6. Conjunto de normas básicas de comportamiento y buena ciudadanía

6.1 La netiqueta

El concepto **netiqueta** hace alusión a una serie de pautas que se recomiendan seguir en Internet que pretenden dotarnos de un entorno respetuoso y amigable para todos. Y aunque no tienen un carácter restrictivo, es decir, no son normas de cumplimiento obligatorio, si es altamente aconsejable hacerlo.

La **netiqueta** agrupa una **serie de indicaciones** que todos los usuarios de la red deben tener en cuenta en base al buen comportamiento.

Al igual que existen protocolos, normas y reglas que seguir en los entornos sociales físicos y que todos intentamos respetar, también se deberían utilizar reglas básicas de comportamiento en el ámbito digital. Detrás de estos protocolos están los propios usuarios de Internet y buscan disponer de mayor seguridad, privacidad y humanidad para hacer frente a ciertos problemas que se pueden producir en la red: *fake news*, *spam*, fraudes, suplantación de identidad, ciberacoso/ciberbullying.

La netiqueta no es un concepto rígido e inamovible y sus recomendaciones y buenas prácticas se actualizan en función de los nuevos usos que se le vayan dando a la tecnología, así como a los riesgos que van apareciendo. Por tanto, no podemos considerar la netiqueta como algo fijo y común para todo el mundo, sino al contrario, con el tiempo se van modificando y adaptando a las circunstancias, según cada grupo o comunidad, que pueden a su vez poseer sus propias normas.

En 1994, **Virginia Shea** publica el libro *Netiquette* que contiene 10 reglas básicas de comportamiento en la red (*Shea, Virginia (1994). Netiquette (en inglés). Albion Books. ISBN 978-0963702517*). Veamos cada una de esas reglas:

1. Todos somos humanos

Recuerda que, aunque estemos utilizando medios digitales, detrás de la pantalla hay seres humanos igual que tú. La comunicación entre las personas parte de algo esencial, cada uno de nosotros tenemos diferentes opiniones, debes tener presente esta idea.

Si no lo hacemos así, **¿no crees que corremos el riesgo de herir sensibilidades por una determinada manera de exponer nuestros comentarios?**

2. En la vida real y en la red debes seguir las mismas normas de comportamiento

Si en la vida real seguimos unas normas de comportamiento, estas también son asumibles en la red. Aunque algunos pretendan ampararse en el falso anonimato que te ofrece Internet, ello no implica que no existan unas leyes que debemos cumplir.

3. Donde fueres haz lo que vieres

Este refrán es perfectamente aplicable a estas normas. Como hemos comentado en apartados anteriores, cada grupo o comunidad puede tener sus propias normas o reglas, debemos observarlas, ver cómo participan los usuarios en un determinado espacio de la red y, después, adoptarlas y participar nosotros.

4. Respeta el tiempo de los demás

Debido al ritmo de vida que tenemos, la inmediatez que presentan los medios de comunicación o las redes sociales, actuamos de forma impulsiva y demandamos esa misma rapidez a la hora de comunicarnos con otras personas.

No podemos esperar que alguien responda a nuestros mensajes (por ejemplo, en un foro) justo después de haberlo enviado nosotros. Estamos cometiendo una falta de respeto ya que quizás no disponen del tiempo para respondernos tan pronto como desearíamos.

5. El mínimo esfuerzo no es una buena actitud

En el momento en el que nos exponemos al mundo, ya sea en el plano real o digital, se nos juzgará por cualquier cosa que hagamos. Pero no es lo mismo equivocarse, por ejemplo, al escribir un mensaje, que la dejadez.

Si no nos preocupamos por escribir correctamente o si dejamos por falta de interés una comunicación, esto puede dar lugar a malentendidos, bien por un escaso interés en mostrar nuestros pensamientos sin ningún filtro, o por no insertar un emoticono (por ejemplo “una risa”) que puede diferenciar un insulto de una broma. **¿No crees que nos ahorraríamos muchas discusiones o equivocaciones por esforzarnos un poco en que se nos entienda correctamente?**

6. Compartir conocimientos es beneficioso para todos

Somos muchos los que usamos a diario la red e intentamos hacer de esta, igual que con el mundo real, un mundo mejor. El poder compartir experiencias y conocimientos a todo el planeta es algo que parece mágico, pero no lo es. Es algo que nos ayuda a que el conocimiento aumente a nivel mundial.

Por eso es tan importante compartir ese conocimiento y así ayudamos a que otros, a su vez, compartan el suyo. Quizás ese es el verdadero espíritu que ha de inspirar la creación de una comunidad de usuarios.

7. Se colaborador, ayuda a evitar conflictos

Se puede ser apasionado, pero no arrogante. Hay personas que quizás en su vida real no busquen el conflicto, pero en cambio se desatan en la red. Nosotros debemos, no solo evitar esas peleas en la red por nuestra parte, sino colaborar intentando ser apaciguadores cuando detectamos algún tipo de conflicto.

8. Si defiendes tu derecho a la privacidad, respeta este derecho para los demás.

Entender la diferencia entre lo público y lo privado es el primer paso. Pero no habría respeto en la red si solo respetáramos nuestra privacidad y no la de los demás. En realidad, la mayoría de las personas nos comportamos de manera respetuosa, eso no hay que olvidarlo, pero es un trabajo que debemos seguir realizando, todos los días, si queremos que Internet siga siendo el mundo digital que queremos todos.

9. No seas el abusón del grupo

Uno de los roles sociales negativos es el de la persona que abusa de los demás. En Internet, y a veces escudados por el supuesto anonimato, ese perfil se extiende y suele ser muy dañino. A veces son personas con cierto poder, otras son simplemente personas conflictivas.

Nosotros debemos evitar caer en ser el abusón del grupo y no debemos apoyar, aunque sea con nuestro silencio, a alguno. Es más interesante cuando un grupo se comunica mostrando lo mejor de sí, no lo peor.

10. Perdonar los errores de los demás es también perdonarse a uno mismo

Somos, en ocasiones, olvidadizos de nuestros propios errores. Por ejemplo, cuando vamos en el coche y nos enfadamos por el error cometido por un conductor novel, olvidamos que nosotros también fuimos conductores noveles. Los seres humanos cometen errores y del mismo modo que nos perdonarnos a nosotros mismos, tenemos que perdonar esos errores que puedan cometer las personas en la red.

Si piensas que todos los comentarios son con mala intención, entonces solo verás enemigos por todas partes. Es bastante común malinterpretar las palabras escritas de una persona porque no ha redactado su mensaje correctamente. Antes de enfadarnos debemos aclarar el asunto y comprenderle, en el caso de que haya un sido un simple error y perdonarle, nunca reprochar los errores a nadie en público.