

Derecho al olvido en Internet: Google y la doctrina europea

David Villena Saldaña
(Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú)

Recibido: 27/2/2015

Aprobado: 1/6/2015

RESUMEN. Este ensayo desarrolla parte de la problemática moral, social y legal que hay detrás de la justificación y la implementación del llamado derecho al olvido en Internet, según el cual, dadas ciertas circunstancias, los individuos pueden solicitar a un motor de búsqueda la eliminación de algunos enlaces asociados a sus nombres. Se reflexiona sobre el particular a partir de una sentencia emitida por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea en mayo de 2014, así como de las recomendaciones del Grupo de Trabajo del artículo 29 sobre protección de datos, la práctica de Google y el informe de su consejo asesor.

Palabras clave: derecho al olvido / Tribunal de Justicia de la Unión Europea / protección de datos / tecnologías de la información y la comunicación

Right to be Forgotten on The Internet: Google and the European Doctrine

SUMMARY. This essay accounts for part of the moral, social and legal problems behind the attempts for justifying and implementing the so-called right to be forgotten in the Internet. Such right implies that –under certain circumstances– individuals are entitled to demand that search engines remove links containing their personal information. Our inquiry reflects on a ruling issued by the Court of Justice of the European Union and made public on May 13th 2014, as well as on the recommendations conveyed in Article 29 of the Data Protection Working Party, the practice of Google and the report of its Advisory Council.

Key words: right to be forgotten / Court of Justice of the European Union / data protection / information and communication technologies

El así llamado “derecho al olvido” ha adquirido particular notoriedad mediática a causa de una sentencia emitida por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea el 13 de mayo de 2014¹. En esta, sobre la base de la Directiva 95/46/CE referida a la protección de datos personales², la máxima instancia de justicia en Europa reconoce el derecho de los individuos a la eliminación de ciertos resultados que sean consecuencia de una búsqueda llevada a cabo a partir de sus nombres en motores como Google Search; de ahí que se diga que se les está concediendo derecho al olvido. Esto implica que, en determinadas condiciones, el gestor del motor de búsqueda está obligado a borrar los enlaces que un individuo considere lesivos a su imagen y su vida privada, de la lista de los resultados de búsquedas referidas a su nombre, aunque la información a la que hagan referencia dichos enlaces no se borre previa o simultáneamente de la página web que la publicó, y aun en el caso de que la publicación en la página web sea legal, es decir, verdadera y no difamatoria³.

Uno se puede preguntar por qué el motor de búsqueda está obligado a borrar enlaces a información legalmente publicada, consecuencia de la búsqueda por nombre, y por qué la página web que aloja dicha información no está obligada a borrar nada. ¿De qué manera el motor de búsqueda afecta la vida privada mientras no lo hace la página web a la que enlaza? Los apartados 36 y 37 de la sentencia declaran, en tal sentido, que la información enlazada por el motor de búsqueda puede efectivamente afectar la vida privada de un individuo al permitir que el internauta que haya realizado la búsqueda se forme *una visión estructurada* sobre diferentes aspectos de la vida de este individuo. El Tribunal es de la opinión de que, sin mediar la actividad del motor de búsqueda, los aspectos se habrían interconectado con gran dificultad o simplemente no se habrían interconectado. La información pudo haber perdido actualidad o relevancia y, en un contexto diferente a Internet, habría sido sedimentada. Se habría olvidado. Los motores de búsqueda, no obstante, le dan ubicuidad. En efecto, a pesar del paso de los

1 Cf. Tribunal de Justicia de la Unión Europea (2014).

2 Cf. Parlamento Europeo y Consejo Europeo (1995).

3 El derecho al olvido en Internet se suele asociar con la legislación destinada a rehabilitar la reputación de quienes fueron privados de su libertad por delinquir y, tras cumplir la pena impuesta por el sistema judicial, pueden exigir que los medios no continúen publicando información sobre su pasado. Ejemplos de legislación y jurisprudencia en este sentido pueden apreciarse en Francia (*droit à l'oubli*), Reino Unido y Alemania.

años, y aun de las décadas, cada vez que alguien digite el nombre de cierta persona en un motor de búsqueda aparecerán enlaces a información sobre su pasado, a datos que quizá ya no tengan actualidad y que podrían conducir a su estigmatización. Esta es una nueva y escalofriante realidad a la cual debemos afrontarnos: la presunta transparencia total⁴. El pasado perseguirá perpetuamente al individuo, tanto como una marca en la frente.

El Tribunal, siguiendo esta línea de razonamiento, considera que hay responsabilidad de parte de la empresa que gestiona el motor de búsqueda. En los hechos, ella hace tratamiento de datos personales y, en la medida que tal cosa ocurre, es su deber garantizar el derecho a la privacidad, sin importar que ello signifique la eventual eliminación de ciertos resultados en las búsquedas nominales. A ello debe sumarse que el motor de búsqueda no es un centro neutral de documentación.

Su tratamiento de datos personales responde a fines económicos y a la venta de publicidad. Es una empresa privada que coloca con interés lucrativo la información al alcance de los usuarios y los algoritmos que determinan la posición de sus resultados son reflejo de ello. Lo que se le pide es que actúe con responsabilidad y piense que detrás de los enlaces hay algunas vidas que no desean que su pasado se convierta en estigma⁵. Nótese que los perjudicados no son únicamente quienes delinquieron y buscan rehabilitar su identidad. Internet y los motores de búsqueda hacen que el pasado sea inescapable para todos.

El problema lo planteó originalmente el gallego Mario Costeja González, quien en el año 2010 acudió a la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) para formular un reclamo contra la editora del diario *La Vanguardia*, Google Spain y Google Inc⁶. Según Costeja, introducir su nombre

4 Decimos “presunta” porque los resultados de un motor de búsqueda no son objetivos. Tampoco lo es el orden de su aparición. El fin de Google, en tanto empresa privada, no es difundir la verdad, sino ampliar sus arcas. Su filantropía, si alguna, es estratégica.

5 A quienes señalan que esta medida equivale a una censura debe indicárseles que la sentencia no obliga al gestor del motor de búsqueda a borrar los enlaces de su base de datos, sino únicamente a que no los presente como resultados de búsqueda vinculados a cierto nombre. Los enlaces podrán seguir apareciendo en referencia a otros términos, pero no al nombre de la persona que los denunció.

6 Ya en el año 2006, la cantante argentina Virginia Da Cunha acudió a la justicia de su país para solicitar que los motores de Google y Yahoo! retiren de los resultados asociados a la búsqueda de su nombre una serie de enlaces a páginas con contenido pornográfico. Se le concedió la razón en primera instancia y también se ordenó a cada una de este par de

en el motor de búsqueda de Google arrojaba, entre otros, enlaces a dos páginas de *La Vanguardia* publicadas en enero y marzo de 1998, donde se anuncia la subasta de un inmueble suyo con motivo de la deuda que entonces tenía con la seguridad social. Costeja solicitó a la AEPD que *La Vanguardia* elimine esas páginas o las modifique de tal manera que ya no figure su nombre. Pedía, además, que Google no incluya entre los resultados referidos a su persona los enlaces a aquellas dos páginas. Argumentó que los anuncios de subasta por morosidad ya no tenían relevancia, pues su fin inicial, atraer compradores, había dejado de existir y, por añadidura, la deuda estaba saldada. La AEPD desestimó el reclamo de Costeja contra *La Vanguardia*, pero sí consideró correcto acoger el pedido en relación con Google Spain y Google Inc., por lo cual exigió a estas empresas que no asocien el nombre de Costeja a las dos páginas con el anuncio de la subasta. Google Spain y Google Inc., a su vez, recurrieron a la Audiencia Nacional para que se anule la resolución de la AEPD. Y, precisamente, la Audiencia Nacional dirige un pedido al Tribunal de Justicia de la Unión Europea para que se declare sobre el asunto interpretando la Directiva 95/46/CE,

cuyo artículo 12 señala que una persona puede pedir que sus datos personales sean borrados una vez que ya no sean necesarios. El resto es historia conocida. El Tribunal acaba dando la razón a la AEPD y Costeja en contra de Google Spain y Google Inc., señalando en el apartado 98 de su sentencia que, en la medida en que “no parece existir razones concretas que justifiquen un interés preponderante del público en tener acceso” a los anuncios de subasta “el interesado puede (...) exigir que se eliminen estos vínculos de la lista de resultados”.

En esta cita observamos la tensión entre el interés de los usuarios de Internet en tener acceso a la información, por un lado, y los derechos al respeto de la vida privada y a la protección de los datos personales de un individuo como Costeja, por el otro. Como regla, el Tribunal declara que, frente a estas tensiones, la balanza ha de inclinarse en favor de la persona cuya privacidad se vea afectada. Se da preferencia a ella por encima del interés de los usuarios de Internet en tener acceso a la información y de los intereses económicos del gestor del motor de búsqueda en el ofrecimiento de enlaces. Esta preferencia, desde luego, puede variar en función del papel que

empresas a pagar cincuenta mil pesos por daños morales a Da Cunha. Las apelaciones no se hicieron esperar y finalmente el caso llegó a la Corte Suprema argentina, la cual falla en enero de 2015 en favor de los buscadores y en contra de la cantante. Cf. Para la Corte Suprema, los buscadores no son responsables del contenido que listan (2015).

desempeñe el individuo demandante en la vida pública. En caso de que su rol en esta esfera sea activo, prevalece el interés de los usuarios de Internet en tener acceso a la información. La pregunta natural es cómo determinar el rol que desempeña el demandante en la vida pública. El Tribunal deja, en primera instancia, la decisión en manos del gestor del motor de búsqueda. Si esta decisión no satisface al interesado, tiene la prerrogativa de acudir a las autoridades competentes para solicitar que se eliminen los enlaces⁷.

Como suele suceder, Google no perdió tiempo y, en tan solo dos semanas de dada a conocer la sentencia, puso a disposición de los internautas un formulario en línea para solicitar la remoción de enlaces asociados a sus nombres⁸. Esta medida le permite jactarse de justicia y eficiencia, al comunicar que, hacia mediados de febrero de 2015, o, lo que es lo mismo, nueve meses después de emitido el fallo, había recibido 222 078 solicitudes en relación con 803 570 enlaces, habiendo procesado y decidido en el

83,15 % de este total y borrado 269 969 enlaces⁹. Su carácter proactivo lo llevó a decidir sin esperar las recomendaciones para la implementación de la sentencia sobre el asunto Costeja por parte del Grupo de Trabajo del artículo 29, compuesto por representantes de la autoridad de protección de datos de cada estado miembro de la Unión Europea, cuyo reporte apareció recién en noviembre de 2014¹⁰. Pero la proactividad y resiliencia de Google van aún más allá. No solo decidía sin las recomendaciones del Grupo de Trabajo del artículo 29, sino también sin las recomendaciones de su propio Consejo Asesor, entre cuyos miembros se encontraban el destacado filósofo de la información Luciano Floridi y el cofundador de Wikipedia, Jimmy Wales, quien antes de las reuniones del Consejo Asesor ya había condenado a la sentencia europea como “profundamente inmoral”¹¹. Google decidía haciendo uso de su propio criterio y nunca dio a conocer bajo qué principios evaluaba los casos¹². Ni siquiera reveló esta in-

7 En enero de 2015 la Audiencia Nacional de España reveló que catorce de sus primeras dieciocho sentencias en las que se aplica la doctrina europea sobre el llamado “derecho al olvido” han desestimado los recursos de Google reconociendo el derecho de los particulares. Cf. Audiencia Nacional de España (2015).

8 Cf. Google (2014).

9 Cf. Google (24 de febrero de 2015).

10 Cf. Grupo de Trabajo del artículo 29 sobre protección de datos (2014).

11 Cf. Curtis & Philipson (2014).

12 Microsoft y Yahoo! no actuaron de modo diferente. Cf. Fleisher (2014).

formación a su Consejo Asesor, como bien lo indica el reporte de este grupo publicado en febrero de 2015¹³.

En la práctica, Google entendió que el borrado de enlaces solo debía tener efecto en las búsquedas realizadas en sus motores con dominio europeo, tales como <google.es> o <google.fr>, pero no en el global <google.com> o en dominios no europeos como <google.com.pe>. El derecho al olvido tenía así una territorialidad definida. Los enlaces al par de páginas de *La Vanguardia* con los anuncios de subasta por morosidad ya no aparecen a quien introduzca el nombre de Costeja en uno de los buscadores de Google con dominio de Europa, pero sí a quien realice la misma búsqueda en cualquier otro dominio nacional o en el global <google.com>, incluso si quien realiza la búsqueda se encuentra en territorio europeo. De esta manera, un usuario desde París, Ámsterdam o Barcelona puede encontrar las referencias a la subasta por morosidad ingresando el nombre de Costeja en <google.com> o <google.cl>. ¿Tiene esto sentido?, ¿el derecho al olvido tiene efecto cuando simplemente cambiando de dominio al motor de

búsqueda van a aparecer las referencias cuya eliminación, a ojos del propio gestor, había sido demandada con justicia por un particular?

El reporte del Consejo Asesor de Google avala esta práctica bajo el argumento de que la autoridad del Tribunal se restringe a la Unión Europea¹⁴. También considera el hecho de que cuando un usuario digita <google.com> en la barra de direcciones de su navegador es remitido al dominio local del motor de búsqueda. Así, el internauta que desde Europa vaya a <google.com> es dirigido por defecto al dominio del país donde se encuentre –por ejemplo, <google.es> si está en España, <google.fr> si está en Francia o <google.de> si está en Alemania–, de modo que sus búsquedas estarán sometidas a la jurisdicción del Tribunal y protegerán los datos de las personas que han solicitado la eliminación de enlaces asociados a sus nombres. Ello suena bien. Pero es posible que el internauta europeo busque en versiones de Google que no sean de dominio europeo. De hecho, por lo menos el 5 % de búsquedas realizadas en Europa –y esto es un número que equivale a millones– se

13 Cf. Consejo Asesor de Google sobre el Derecho al Olvido (2015). Las reuniones del Consejo Asesor eran financiadas por Google, pero sus miembros no recibían un salario.

14 La exministra de justicia alemana y miembro del Consejo Asesor de Google, Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, da a conocer su rechazo sobre este punto. Razona que si los residentes de la Unión Europea son capaces de realizar búsquedas a escala global, la Unión Europea está autorizada a decidir que el gestor de un motor de búsqueda elimine los enlaces asociados al nombre de la persona afectada globalmente, en todos sus dominios.

efectúa en versiones no europeas de Google, según señala el mismo reporte del Consejo Asesor. Si esto es así, los datos no están protegidos del todo. La única manera de garantizar tal protección sería que el borrado tenga efecto en la búsqueda del nombre en el ámbito global, en todos los dominios del motor de búsqueda de Google. La empresa se niega a adoptar esta medida, aduciendo que podrían surgir conflictos con las leyes de otros países y los intereses de usuarios no europeos. Lamentablemente, y aun teniendo la carga moral de la prueba, pues de su interpretación se siguen perjuicios a personas con nombre propio, ni ella ni su Consejo Asesor aducen un solo ejemplo de estos potenciales conflictos.

Aquí hay una cuota de fariseísmo. Eliminar enlaces de los resultados de búsquedas no es novedad para Google. Lo ha hecho, y sigue haciendo, a gran escala por cuestiones de propiedad intelectual y derechos de autor bajo la ley estadounidense¹⁵. Es importante resaltar que este borrado lo extiende globalmente, a dominios de todos los países. En esos casos, el gigante de Internet no se preocupa si un fallo de la justicia norteamericana puede entrar en conflicto con leyes de otros países o los intereses de usuarios

internacionales. Sucede, entonces, que cuando la justicia de Estados Unidos pide eliminar enlaces por razones económicas a Google, esta empresa lo hace de manera global, mientras que cuando la justicia de Europa le pide eliminar enlaces para garantizar la privacidad y la protección de datos de individuos de a pie, esta empresa lo hace solo en sus dominios europeos y no en forma global.

Las recomendaciones del Grupo de Trabajo del artículo 29 son explícitas en este sentido. No solo entiende que *todos* tienen derecho a la protección de sus datos personales, indistintamente de que sean europeos o vivan en Europa, y que, por tanto, *todos* pueden dirigirse a los gestores de motores de búsqueda para solicitar la eliminación de enlaces asociados a sus nombres. Señala, además, que para garantizar la efectiva y completa protección de datos personales de los demandantes, así como el respeto a la sentencia motivada por el asunto Costeja, el “delistado” (*de-listing*) debe ser global y no circunscribirse a los dominios europeos de los motores de búsqueda. Su interpretación es que, aun cuando la publicación a la que hagan referencia los enlaces sea legal, la diseminación y accesibilidad universales a esa información a través de un motor de búsqueda pue-

15 En un solo mes Google recibe solicitudes para borrar más de 35 millones de enlaces por estas razones. Compárese esta cifra con el número de enlaces cuyo borrado se ha pedido desde la entrada en vigor de la sentencia europea. Cf. Google (25 de febrero de 2015).

den ser consideradas ilegales debido al impacto desproporcionado sobre la vida privada de un individuo. Desde luego, no es deber del gestor del motor de búsqueda investigar constantemente si sus enlaces van a afectar la privacidad de tal o cual persona. El trabajo, que dadas las circunstancias sería llevado a término caso por caso y no de manera automatizada, resultaría irrealizable considerando que maneja información acerca de cientos de millones de personas y, lo más importante, no es competencia suya determinar qué afecta o no a la privacidad e identidad en línea de una persona. Eso lo decide la propia persona. El deber del gestor del motor de búsqueda es responder a la demanda cuando sea formulada, esto es, actuar cuando el interesado piensa que ciertos enlaces atentan contra sus derechos.

Otro punto en el cual el Grupo de Trabajo del artículo 29 disiente de la práctica de Google es en el envío de una comunicación al editor web dando cuenta del delistado de uno o más de sus enlaces. Tal cosa la apreciamos en su recomendación 23. Aplicado al asunto Costeja, el *webmaster* de *La Vanguardia* no tendría que ser notificado por Google Spain o Google Inc. del delistado de los dos enlaces que hacen referencia a la subasta por morosidad cuando se escribe el nombre de Mario Costeja González en Google Search. Dos razones invitan a pensar que no es interés del *webmaster* una notificación de esta naturaleza. En primer lugar, el delistado o borrado de enlaces

solo es en referencia a la búsqueda referida al nombre de un individuo, los mismos enlaces seguirán siendo accesibles cuando se ingresen otros términos de búsqueda. Esto indica que el *webmaster* no tiene que sentirse afectado, pues los enlaces a sus páginas no se borran de la base de datos del motor de búsqueda y numerosos internautas continuarán siendo dirigidos a ellas. El *webmaster*, en segundo lugar, no puede hacer uso de la información recibida, pues involucra una operación –el delistado– sobre la cual no tiene control ni influencia. En otras palabras, esa notificación le es completamente inútil desde un punto de vista práctico. No puede hacer nada en relación con el borrado de enlaces. Que no se piense que aquí hay un atentado contra el *webmaster* al no permitírsele intervenir en el delistado e incluso negársele el derecho a ser notificado de él. Es extraño que Google se sienta obligado a enviar este tipo de notificaciones cuando, como cuestión de hecho, no reconoce el derecho a ningún *webmaster* de que los contenidos de su sitio sean registrados, indexados y enlazados. Entiéndase: no hay base legal para que los *webmaster* pidan intervenir en el proceso de delistado o, al menos, exijan la notificación cuando este se concrete. Ellos no tienen contrato con Google, una entidad que, como ya se ha dicho, no es un centro de documentación público y neutral. Es una empresa privada y de las más redituables del mundo. El problema es que a nuestros ojos ya

pase como fuente del saber y vía de acceso a la verdad.

¿Qué pretende Google con estas notificaciones? Las páginas del sitio administrado por el *webmaster* en cuestión seguirán mostrándose y él mismo no tiene ninguna acción posible sobre el proceso de delistado. No hay, por lo demás, base legal alguna para la comunicación. Sin embargo, Google insiste en notificar el borrado de enlaces. ¿Qué consigue con ello? Muchas veces, si no la mayoría, que quienes administran el sitio cuyos enlaces han sido delistados se consideren víctimas de una censura y la denuncien a viva voz. Véase, por ejemplo, las quejas de conglomerados mediáticos como *The Telegraph* o *The New York Times*, así como de prensa sensacionalista como el *Maily Dail* o *The Mirror*. Esto contribuye a que se genere un clima desfavorable en la opinión pública en relación con la implementación del derecho al olvido.

La controversia desatada en torno al delistado da cuenta de un nuevo e ineludible horizonte. La era de la información es una realidad. Está aquí y para quedarse. Resulta necesario asumir de manera decidida los problemas morales que esta trae consigo. Por tal razón, es de encomiar la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, así como la doctrina generada por el Grupo de Trabajo del artículo 29. Si, como parece razonable, se reconoce algún control por parte de los individuos sobre sus datos personales, también tendría que reconocérseles algún

control sobre los resultados de búsquedas referidas a sus personas. Como señalan los expertos en protección de datos Powles y Chaparro (2015), a todo esto subyace la “lucha por nuestras identidades digitales”.

Es probable que la victoria de Mario Costeja haya sido una victoria pírrica. Si lo que quiso inicialmente fue evitar que las referencias a la subasta por morosidad de su inmueble lo persigan por el resto de su vida, estas se han multiplicado exponencialmente y tendrá que acostumbrarse a vivir con ellas. Es un efecto Streisand.

La información que deseaba ocultar se ha divulgado más de lo que habría sucedido si simplemente se quedaba de brazos cruzados. Las discusiones sobre el tema harán referencia una y otra vez a su caso. Paradójicamente, al reconocérsele el derecho al olvido, la deuda de Costeja nunca será olvidada.

Referencias

Audiencia Nacional de España. (23 de enero de 2015). La Audiencia Nacional establece los criterios para reconocer el “derecho al olvido” [Nota de prensa]. Recuperado de <http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Poder-Judicial/Audiencia-Nacional/Sala-de-prensa/Notas-de-prensa/La-Audiencia-Nacional-establece-los-criterios-para-reconocer-el-derecho-al-olvido->

Consejo Asesor de Google sobre el Derecho al Olvido. (6 de febrero de 2015). *Report of the Advisory Committee to Google on the Right to be Forgotten*. Recuperado de <https://drive.google.com/file//0B1UgZshetMd4cEI3SjlvV0hNbDA/view>

Curtis, S., & Philipson, A. (8 de agosto de 2014). Wikipedia founder: EU's Right to be Forgotten is 'deeply immoral'. *The Telegraph*. Recuperado de <http://www.telegraph.co.uk/technology/wikipedia/11015901/EU-ruling-on-link-removal-deeply-immoral-says-Wikipedia-founder.html>

Google. (29 de mayo de 2014). Solicitud de retirada de resultados de búsqueda en virtud de la normativa de protección de datos europea. Recuperado de https://support.google.com/legal/contact/lr_eudpa?product=websearch

Google. (24 de febrero de 2015). Informe de transparencia: Solicitudes europeas de privacidad relacionadas con la eliminación de resultados de búsqueda. Recuperado de <https://www.google.com/transparencyreport/removals/europeprivacy/>

Google. (25 de febrero de 2015). Informe de transparencia: Solicitud de eliminación de contenidos por infracción de derechos de autor. Recuperado de <https://www.google.com/transparencyreport/removals/copyright/?hl=es-419>

Grupo de Trabajo del artículo 29 sobre protección de datos. (26 de noviembre de 2014). Guidelines on

the implementation of the Court of Justice of the European Union judgment on "Google Spain and INC V. Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) and Mario Costeja González" C-131/12". Recuperado de http://ec.europa.eu/justice/data-protection/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp225_en.pdf

Fleisher, L. (28 de noviembre de 2014). In Europe, Microsoft and Yahoo Have Started to Forget. *The Wall Street Journal*. Recuperado de <http://blogs.wsj.com/digits/2014/11/28/in-europe-microsoft-and-yahoo-have-started-to-forget/>

La Nación. (14 de enero de 2015). Para la Corte Suprema, los buscadores no son responsables del contenido que listan. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1760000-corte-suprema-buscadores-no-son-responsables-del-contenido-virginia-dacunha-barbara-lorenzo>

Parlamento Europeo y Consejo Europeo. (24 de octubre de 1995). Directiva 95/46/CE 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. Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31995L0046:es:HTML>

Powles, J., & Chaparro, E. (18 de febrero de 2015). How Google determined our right to be forgotten. *The Guardian*. Recuperado de <http://>

www.theguardian.com/technology/2015/feb/18/the-right-be-forgotten-google-search

Tribunal de Justicia de la Unión Europea. (13 de mayo de 2014). Sentencia del asunto C-131/12 “Google

Spain S.L., Google Inc. y Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), Mario Costeja González”. Recuperado de <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=152065&doclang=es>