

» **Mario Costeja vs. Google**
**¿Cómo pueden coexistir libertad
de expresión, protección de datos
y gestión de la reputación?**

Madrid » 05 » 2014

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (el "TJUE") **ha resuelto**, finalmente, en su sentencia de 13 de mayo de 2014, la cuestión prejudicial (asunto C-131/12) que remitió la Audiencia Nacional mediante el auto de 27 de febrero de 2012.

El caso se remonta a 2010, cuando el Sr. Costeja presentó ante la AEPD una reclamación contra La Vanguardia y contra Google Spain y Google Inc. El Sr. Costeja alegaba que cuando un internauta introducía su nombre en el motor de búsqueda de Google obtenía como resultado unos enlaces a dos páginas del diario La Vanguardia de 1998, en las que se anunciaba una subasta de inmuebles motivada por un embargo para el cobro de unas cantidades adeudadas a la Seguridad Social. Este hecho suponía, en su opinión, un claro perjuicio a su reputación ya que, a diferencia de las ediciones impresas de los medios, Internet es un soporte que mantiene la "huella" de lo publicado. En este entorno, pueden pervivir algunos datos del pasado que influyen directamente sobre la reputación de las personas o las compañías (tanto si estos datos siguen siendo ciertos en la actualidad como si han perdido total o parcialmente su vigencia).



Mario Costeja. Fuente: El País

El Sr. Costeja solicitaba entonces que se exigiese a La Vanguardia la eliminación de esas páginas, o que utilizara las herramientas facilitadas por los motores de búsqueda para proteger esos datos. Además, solicitaba que se exigiese a Google que eliminara sus datos personales de los resultados del motor de búsqueda. La AEPD desestimó la reclamación contra La Vanguardia, considerando que el editor había publicado legalmente la información. Sin embargo, estimó la reclamación en lo que respecta a Google, exigiendo al buscador que tomase las medidas necesarias para retirar los datos de su índice e imposibilitar el acceso a los mismos en el futuro. Google Spain y Google Inc. recurrieron la resolución ante la Audiencia Nacional, solicitando que se anulara la resolución de la AEPD.

En ese momento, la Audiencia Nacional planteó una serie de preguntas al [Tribunal de Justicia](#), principalmente:

- i. si los buscadores realizan o no tratamiento de datos;
- ii. si las filiales españolas de los buscadores llevan a cabo un tratamiento de los datos como consecuencia de sus actividades; y
- iii. si el interesado puede dirigirse contra el buscador para impedir la indexación de la información referida a su persona aunque se trate de una información publicada lícitamente por terceros.

Las tres conclusiones más relevantes de la sentencia del TJUE son las siguientes:

- **Google es responsable del tratamiento de datos de carácter personal:** El TJUE concluye que la actividad de un motor de búsqueda debe calificarse de tratamiento de datos personales y considera al buscador responsable de dicho tratamiento, todo ello con independencia del papel que pueda desempeñar el titular del sitio web objeto de indexación.
- **Se aplica la ley española:** Cada uno de los establecimientos de Google en un país de la Unión Europea debe cumplir con las obligaciones impuestas por el derecho nacional aplicable a esas actividades. Cuando el gestor del motor de búsqueda crea en un Estado Miembro una sucursal o una filial destinada a garantizar la promoción y la venta de publicidad será aplicable la ley de ese territorio. En este caso considera que el tratamiento se realiza en España porque no se exige que sea realizado

“por” el propio establecimiento sino que se realice en “el marco de las actividades” de este.

- **Se reconoce bajo el amparo de la Directiva de Protección de Datos el llamado derecho al olvido:** La principal novedad de la sentencia es que, bajo el amparo de la legislación de protección de datos, se admite la posibilidad de eliminar del motor de búsqueda información que contenga datos personales aunque dicha información sea veraz y lícita y no se elimine de la web de origen. En todo caso, según la sentencia, debe haber una ponderación para determinar si puede prevalecer el interés público en acceder a esa información, en particular, en función del papel que la persona afectada desempeña en la vida pública.

Sin embargo, esta sentencia del TJUE suscita una serie de problemas e interrogantes, tanto desde el punto de vista técnico-jurídico como de la aplicación a futuro en la gestión de la reputación y de su reflejo en los medios de comunicación:

- El TJUE concluye que los motores de búsqueda no deben tener la misma protección que los medios de comunicación. La sentencia distingue entre el régimen jurídico aplicable cuando existe una finalidad periodística y el aplicable a la actividad de los motores de búsqueda. Se puede llegar a la paradoja de que el derecho de oposición se puede exigir frente al motor de búsqueda de Google pero no frente al periódico que publica la noticia que indexa Google.
- El derecho al olvido debe ser cuidadosamente ponderado para preservar otros derechos fundamentales de las sociedades democráticas, tales como el derecho a la información o la libertad de expresión. Estos derechos no pueden verse restringidos o cercenados de forma injustificada por ciudadanos que desean eliminar del motor de búsqueda información veraz con base en la protección de datos.

Estos derechos, que están amparados por el interés público, pueden estar presentes, por ejemplo, en casos de indultos o de resoluciones administrativas sancionadas.

“Esta sentencia del TJUE suscita una serie de problemas e interrogantes, tanto desde el punto de vista técnico-jurídico como de la aplicación a futuro en la gestión de la reputación”

ras. Aquellos responden a imperativos legales (el que exige la publicación de los indultos en boletines se remonta al 18 de junio de 1870, pero sigue vigente), por lo que no deberían ser atentatorias del derecho al honor o a la intimidad, aunque puedan suponer un descrédito o afectar a la reputación de la persona implicada.

Al menos en el caso de los indultos, concurren además otras exigencias. Estos actos se caracterizan por su excepcionalidad, pues se conciben como una gracia del Gobierno, por lo que su transparencia y conocimiento por la ciudadanía están ampliamente justificados.

Otro supuesto que plantea una enorme

complejidad es el relativo a los contenidos sobre procedimientos penales puesto que podría llegar a interpretarse que, transcurrido un determinado plazo de tiempo, deja de existir interés general y, por tanto, no se encontrarían amparados por el derecho a la información. ¿Qué ocurriría si una persona que ha cometido graves delitos de prevaricación decide dedicarse posteriormente a la política? ¿No tendrían los ciudadanos derecho a conocer un pasado delictivo que puede afectar al ejercicio de su función como político?

- Por otra parte, la ejecución puede conllevar numerosos problemas desde un punto de vista técnico. ¿Cómo se puede determinar que la información cuya retirada se solicita está relacionada con una persona concreta si hubiese más de uno? (piénsese en la enorme cantidad de personas que comparten nombre y apellidos). ¿Cómo puede Google detectar que lo que contiene un documento es información personal? ¿Durante cuánto tiempo debe Google cumplir con los requerimientos de retirada? ¿Implica una vigilancia a futuro? ¿Para qué territorio? ¿Cómo puede Google determinar si prevalece el interés general? Por ejemplo, ¿puede un médico o un abogado eliminar comentarios que le imputan negligencia médica? ¿Corresponde a Google realizar la ponderación entre el derecho de protección de datos y el derecho a la información?

Los buscadores se podrían ver obligados a realizar una monitorización de los contenidos a los que dan acceso que vulneraría gravemente lo dispuesto en el artículo 15 de la Directiva de Comercio Electrónico 2000/31/CE, que prohíbe a los Estados imponer a los motores de búsqueda una obligación general de supervisión o filtrados de los datos que transmitan o almacenen.

Además, se podría estar contraviniendo la propia Jurisprudencia del TJUE en relación con el citado artículo 15. En la Sentencia de 24 de noviembre de 2011, en el caso C-70/10 SCARLET/SABAM, se afirma que el artículo 15 de la Directiva 2000/31 prohíbe a las autoridades nacionales adoptar medidas que obliguen a una supervisión general de los datos que transmite en su red y afirma que cualquier requerimiento judicial por el que se ordenase a establecer un sistema de filtrado que le obligue a proceder a una supervisión activa del conjunto de datos sería contrario al citado artículo 15.

Adicionalmente, la citada Sentencia resuelve que dichas medidas de filtrado implicarían una vulneración sustancial de la libertad de empresa, dado que obligarían a establecer un sistema complejo, gravoso, permanente y exclusivamente a sus expensas.



- Lo cierto es que los motores de búsqueda se basan en palabras clave y reglas. Google no puede investigar qué páginas web de la infinidad de páginas web que existen en Internet se refieren concretamente a los datos de los solicitantes del derecho al olvido. Los buscadores se limitan a indexar y mostrar la información publicada en las webs, es decir, no publican la información ni pueden retirarla o eliminarla. Son los titulares de las páginas web quienes pueden evitar que una determinada información aparezca en Internet e, incluso, que su página sea indexada a través de los denominados “protocolos de exclusión”. En consecuencia, corresponde a los titulares de las páginas permitir o no la indexación de los contenidos por los motores de búsqueda. Además, hacer desaparecer una información de un buscador no hace inaccesible el contenido en Internet, ya que la información seguiría disponible en la página web en la que se publica el contenido.

CONCLUSIÓN

La sentencia del TJUE obliga a los motores de búsqueda a eliminar de la lista de resultados los datos de una persona aunque sean veraces en determinadas circunstancias. El derecho al olvido debe ser cuidadosamente ponderado para preservar otros derechos fundamentales de las sociedades democráticas, tales como el derecho a la información o la libertad de expresión. Estos derechos no pueden verse restringidos o cercenados de forma injustificada por ciudadanos que desean eliminar del motor de búsqueda información veraz con base en la protección de datos. De la misma

forma, es comprensible plantear la necesidad de cambiar el hecho de que una persona esté “etiquetada” con determinados atributos, basados en información veraz o no, pero que influyen negativamente en su vida personal o profesional. Este hecho constituye la base misma de la gestión de la reputación, y esta se puede gestionar no solo desde un punto de vista de “eliminación” de la información perjudicial, sino también desde una actuación basada en dos campos:

- Por un lado en la creación de una identidad digital consistente (mediante una gestión activa de su presencia en Internet y en redes sociales) que permita poner en perspectiva algunas cuestiones que, por su temporalidad o irrelevancia, ya no sean características veraces de esa persona o compañía.
- Y por otro lado, la promoción de la presencia deseada en Internet. Con una buena planificación de acciones y contenidos se puede neutralizar y compensar un contenido negativo existente en las redes sociales, si se gestiona con visión a largo plazo, porque la Red tenderá a ofrecer antes los resultados que sean más pertinentes, compartidos e interesantes para los usuarios.

Como se ha dicho, la sentencia plantea numerosas incertidumbres jurídicas en su aplicación práctica que habrá que ver cómo se dilucidan por los tribunales nacionales. Mientras las vías de acción legales planteen estas incertidumbres, la estrategia de éxito en la gestión de la reputación tendrá que incluir acciones de comunicación online como complemento para conseguir los objetivos del protagonista.



>> **Carolina Pina** es Socia del departamento de Propiedad Industrial e Intelectual y corresponsable de la industria de Media & Telecom en Garrigues. Licenciada en Derecho por la Universidad de Alicante, Master en Derecho Internacional y Derecho Comparado por la “City of London Polytechnic” de Londres y tiene un postgrado en Dirección de Asuntos Públicos por ICADE. Ha obtenido el título de Agente de Propiedad Industrial. Desde 1997 trabaja en el Departamento de Propiedad Industrial e Intelectual de Garrigues, fue nombrada socia en el año 2005. Premio Internacional Prix Monique de la UIA (Union International des Avocats) 2009. Autora de numerosos libros sobre derecho de medios y deporte. Ha sido recomendada en los rankings de Chambers 2012 en Propiedad Intelectual, Marcas, Deportes, Tecnología de la Información y Medios de Comunicación.



>> **Luis Miguel Peña** es Director Senior del área de Comunicación y Litigios en LLORENTE & CUENCA y tiene más de 15 años de experiencia en comunicación. Ha trabajado desarrollando planes estratégicos de comunicación corporativa, asuntos públicos, relaciones institucionales y gestión de situaciones de crisis y procesos judiciales para clientes de diferentes sectores: alimentación, gran consumo, tecnología, entidades financieras e instituciones públicas. En 2008 y 2009 recibió sendos premios por proyectos liderados por su equipo: un International Stevie Award y un European Excellence Award.

d+i LLORENTE & CUENCA

d+i es el Centro de Ideas, Análisis y Tendencias de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

d+i es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la comunicación desde un posicionamiento independiente.

d+i es una corriente constante de ideas que adelanta nuevos tiempos de información y gestión empresarial.

Porque la realidad no es blanca o negra existe d+i LLORENTE & CUENCA.

www.dmasillorentecuenca.com