



Artículos Originales || Recibido: 12/05/2025 || Aceptado: 22/08/2025

# Reflexiones críticas en torno al negocio de los datos personales por las plataformas tecnológicas (buscadores y redes sociales): entre la disimulada actividad contractual y la responsabilidad civil por su procesamiento ilícito

Critical reflections on the business of personal data by technological platforms (search engines and social networks): between disguised contractual activity and civil liability for its unlawful processing

Ángel Acedo Penco  0000-0002-7424-4601

Profesor titular de Derecho civil, Director del Máster Universitario en Abogacía y Procura de la Universidad de Extremadura. España.  
aacedo@unex.es

## Resumen

El objeto, principal o secundario, de muchos contratos que los usuarios suscriben, a veces sin saberlo, al utilizar servicios digitales de información y comunicación, son sus datos personales, siendo un hecho que no pocas empresas tecnológicas tratan de ocultar su evidente naturaleza contractual. Es obligado actualizar los principios jurídicos y simplificar los contratos relacionados con el procesamiento de estos datos, adaptándolos a la rápida evolución tecnológica, tal como se hizo –con éxito– con el derecho al olvido. El Derecho privado no puede renunciar a proteger la privacidad y los derechos fundamentales de los ciudadanos frente al imparable negocio de los datos. Es preciso asegurar que el consentimiento del usuario a la cesión y procesamiento de sus datos lo otorgue con pleno conocimiento de lo que está aceptando. El derecho

fundamental a la protección de datos personales precisa eficaces mecanismos de responsabilidad civil por los daños causados a los titulares de aquel derecho para resarcirles y tratar de reducir los constantes y crecientes abusos actuales.

Palabras clave: privacidad, protección de datos personales, derecho al olvido, derecho civil digital, responsabilidad civil.

## Abstract

The primary or secondary object of many contracts that users enter into, sometimes unknowingly, when using digital information and communication services, is their personal data. It is a fact that many technology companies try to conceal its obvious contractual nature. It is imperative to update legal principles and simplify contracts related to the processing of this data, adapting them to rapid technological evolution, as was successfully done with the right to be forgotten. Private law cannot relinquish its responsibility to protect the privacy and fundamental rights of citizens in the face of the growing data business. It is essential to ensure that users give their consent to the transfer and processing of their data with full knowledge of what they are agreeing to. The fundamental right to the protection of personal data requires effective civil liability mechanisms for damages caused to the holders of that right, in order to compensate them and try to reduce the constant and increasing abuses of the past.

Keywords: privacy, personal data protection, right to be forgotten, digital civil law, civil liability.

## Sumario

---

1. Planteamiento: el panorama actual
2. Naturaleza contractual disfrazada
3. Contratos de adhesión
4. El modelo de responsabilidad civil adoptado
5. ¿Derecho de protección de datos *versus* protección al derecho al honor?
6. Breve incursión jurisprudencial
7. Apunte sobre el derecho al olvido
8. Efectos del reconocimiento normativo
9. Peligroso alcance universal y normalización de las cotidianas lesiones a la privacidad
10. ¿David frente a Goliat?
11. Esbozo final

## I. Planteamiento: el panorama actual

Pese al enorme impacto en la vida privada de los ciudadanos, no abundan los estudios desde la óptica del Derecho privado, con la intensidad que a nuestro juicio sería deseable, sobre la protección jurídica de los datos personales (eso que podríamos llamar el «negocio de los datos»), salvo excepciones<sup>1</sup>, aunque sí en mayor medida sobre temas concretos candentes y de gran proyección mediática como el derecho al olvido<sup>2</sup>, habiendo sido glosada esta materia, más frecuentemente, desde el prisma del Derecho público, sin duda, al socaire de la abultada, progresiva, reciente y algo profusa, regulación administrativa comunitaria.

Este negocio de los datos personales es la materia prima esencial con la que operan algunos de los emporios tecnológicos y comerciales más grandes del mundo, en particular, *Alphabet Inc* (matriz de *Google LLC*, dueña del buscador que lleva su nombre y de *You Tube*) y *Meta Platforms, Inc* ( que explota *Facebook*, *Instagram* y *WhatsApp*), que gozan de un potencial financiero asombroso, al ostentar, cada uno de ellos por separado, una capitalización bursátil superior al Producto Interior Bruto de importantes países desarrollados de tamaño medio.

1. Entre los más recientes, véase, entre otros, López-Suárez (dir.), Marcos-A., *Big data y protección de datos*, Editorial Tirant lo Blanch, Valencia, 2025; Salvador Cerqueda, Alexander (coord.), *Tratado de protección de datos personales*, Editorial Atelier, Barcelona, 2025; Carazo Liébana, María José, *El derecho fundamental a la protección de datos personales y la responsabilidad proactiva*, Editorial Aranzadi, Navarra, 2023; Domínguez Álvarez, José Luis, *Tratado de protección de datos personales: pasado, presente y futuro de la tutela jurídica de los derechos de la privacidad*, Editorial Colex, A Coruña, 2023; Acedo Penco, Ángel (coord.), *La privacidad en el metaverso, la inteligencia artificial y el Big Data: Protección de datos y derecho al honor*, Editorial Dykinson, Madrid, 2022; Bello Janeiro, Domingo (coord.), *Nuevas tecnologías y responsabilidad civil*, Editorial Reus, Madrid, 2021; González Pacanowska, Isabel (coord.), *Protección de datos personales*, Editorial Tirant lo Blanch, Valencia, 2020; Díaz Alabart, Silvia, *La protección de los datos y contenidos digitales de las personas fallecidas*, Editorial Reus, Madrid 2020.
2. Así, las monografías de: Adán Vega, Álvaro, *El derecho al olvido a la luz de los derechos de la personalidad (honor, intimidad y propia imagen)*, Editorial Colex, A Coruña, 2025; Pressly, Lowry, *El derecho al olvido. Privacidad y buena vida*, Ediciones Rialp, Madrid, 2025; Pérez-Ugena Coromina, María, *El derecho al olvido frente a buscadores en internet*, Editorial Dykinson, Madrid, 2024; Torrelles Torrea, Esther, *El derecho al olvido oncológico*, Editorial Atelier, Barcelona, 2024; Álvarez Hernando, Javier, *El derecho al olvido digital. Debilidades y fortalezas de un derecho fundamental de nueva generación*, Editorial Aranzadi, 2023; Cámara Lapuente, Sergio y Martínez Calvo, Javier, *El derecho al olvido digital como remedio frente a la hipermemoria de Internet*, Marcial Pons, Madrid, 2021; Pérez-Ugena Coromina, María, *El derecho al olvido frente a buscadores en internet*, Editorial Dykinson, Madrid, 2024; Martínez López-Sáez, Mónica, *El derecho al olvido como garantía frente a situaciones de vulnerabilidad en la UE y España*, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, Madrid, 2022; Jiménez-Castellanos Ballesteros, Inmaculada; Troncoso Reigada, Antonio, *El Derecho al olvido digital del pasado penal*, Editorial Tirant lo Blanch, Valencia, 2021; Platero Alcón, Alejandro, *El derecho al olvido en internet. La responsabilidad civil de los motores de búsqueda y las redes sociales: estudio doctrinal y jurisprudencial*, editorial Dykinson, Madrid, 2021; Reusser Monsálvez, Carlos, *La protección de datos personales como límite a las libertades informativas*, DER Ediciones, 2021; Sancho López, Marina, *Derecho al Olvido y Big Data: dos realidades convergentes*, Editorial Tirant lo Blanch, Valencia, 2020; Berrocal Lanzarot, Ana Isabel, *Derecho de supresión de datos o derecho al olvido*, Editorial Reus, 2017; Álvarez Cano, María, *Derecho al olvido en internet: el nuevo paradigma de la privacidad en la Era Digital*, Editorial Reus, Madrid, 2015; Rallo Lombarte, Artemi, *El derecho al olvido en internet: Google versus España*, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, Madrid, 2014; Touriño, Alejandro, *El Derecho al olvido y a la intimidad en Internet*, Los Libros de la Catarata, Madrid, 2014; Simón Castellano, Pere, *El régimen constitucional del derecho al olvido digital*, Editorial Tirant lo Blanch, Valencia, 2012.

En la actualidad, tales emporios constituyen el paradigma empresarial de sus respectivas actividades en internet, aunque no son los únicos. Coexisten con ellos otras muchas compañías tecnológicas, con leves variaciones operativas, de gran tamaño, que también aglutinan a cientos de millones de usuarios y afectan ya a miles de millones de personas, aunque no sean usuarios de sus servicios, y que, aunque utilizan como señuelo la diferenciación con aquellos, a la postre, vienen a manejar sus mismos, o similares, métodos invasivos en los datos personales de los ciudadanos, dado que tales mecanismos y sistemas son los que más lucrativos beneficios les reportan al «traficar» onerosamente con aquellos datos personales, sobre todo en el ámbito de la mercadotecnia y la publicidad.

Para situarnos en la realidad social y la enorme influencia que imprimen estos emporios empresariales, conviene conocer, antes de realizar una aproximación sucinta a las figuras jurídicas con las que operan, cuál es el alcance real en el mundo, y a qué volumen de personas afectan las actividades de estos emporios tecnológicos de internet que operan en todo el mundo con la «materia prima» de nuestros datos personales.

Con datos de octubre de 2025, el ranking mundial de búsquedas en la red lo lidera el gigante de *Google* con el 91,5% del tráfico y más de 4.000 millones de búsquedas diarias, seguido muy de lejos por *Bing*, *Yahoo!*, *Baidu*, *DuckDuckGo*, *Yandex*, *Ecosia* y también algunos otros que, en conjunto se reparten el restante 8,5% de las consultas. La cuota de mercado por buscadores a la fecha del 30 de septiembre de 2025 es la siguiente: *Chrome* el 71,77%, *Safari* el 13,9%, *Edge* el 4,67%, *Firefox* el 2,17%, *Samsung Internet* el 1.86% y *Opera* el 1,74%<sup>3</sup>.

Es notorio que *Google* sigue dominando el mercado global debido a su infraestructura robusta, algoritmos avanzados y su omnipresencia en servicios como *Gmail*, *Google Maps*, *Android*, *You Tube* y otros. Por su parte, *Bing* y *Yahoo!* siguen siendo relevantes principalmente en mercados específicos como los EEUU, aunque su cuota es mucho menor en comparación con *Google*. *Baidu* es el líder en China, aunque su cuota global sigue siendo pequeña. Y, por cerrar este apunte, *DuckDuckGo* se ha popularizado por su enfoque en la privacidad, pero todavía mantiene una cuota de mercado relativamente baja en comparación con los gigantes.

Ayuno de suficientes estudios científico-jurídicos privatistas, en cierto modo comprensible, por ser actividades de muy reciente aparición que, a la vez crecen en los más diversos formatos y dimensiones, multiplicándose exponencialmente. Pero también se desarrollan de manera vertiginosa, se modifican a la velocidad de la luz,

3. Tras *Google*, le siguen *Bing* que tiene el 3.1% y 200 millones de búsquedas diarias, *Yahoo!* el 1.3% y 80 millones de búsquedas, *Baidu* el 1.0% y 60 millones de búsquedas, *DuckDuckGo* 0.7% y 60 millones, *Yandex* 0.6% y 50 millones, *Ecosia* 0.3% y 30 millones de búsquedas diarias, y otros se reparten el 2.5% que resta. Datos extraídos del portal *Statcounter GlobalStats (Browser Market Share Worldwide)*, disponible en <https://gs.statcounter.com> (consultado el 1-10-2025).

y en ocasiones, desaparecen casi sin dejar rastro jurídico o patrimonial, aunque permanecen muchos de los daños que generan a tantos ciudadanos a los que se ha invadido sin su consentimiento –o con uno viciado, dado que no sabían que lo estaban prestando– la esfera privada de sus datos personales, efectos nocivos que pueden llegar a ser eternos y permanecer en internet, de una u otra forma, para siempre –más allá de la vida de la víctima–, accesibles por cualquier persona y desde todas las partes del mundo<sup>4</sup>.

Igual le viene ocurriendo al legislador, especialmente al comunitario<sup>5</sup>, pero también al nacional, a los que casi no les da tiempo de regular, y poner coto con tino, a algunas estas nuevas prácticas o actividades del negocio de los datos cuando sobrepasan determinados límites que afectan negativamente a importantes derechos fundamentales de los ciudadanos.

Han tenido que transcurrir varios lustros usando cada día estos «servicios» o «herramientas» para que comencemos a preguntarnos los juristas cuál era el objeto de estos contratos, o el interés empresarial en desarrollar ciertas actividades, e incluso la nebulosa o críptica causa de estos. Tras años utilizando a diario el fabuloso servicio «gratis» del motor de búsqueda por excelencia *Google*, no nos explicábamos –ni nos lo preguntábamos siquiera– dónde estaba el beneficio de la empresa que gestionaba tan maravillosa «herramienta».

Igual ocurre con *Facebook*, que nos ha proporcionado una nueva sociedad universal –no pocas veces imaginaria– mediante su red social, de conocidos y amigos virtuales, recuperando algunos de los que no sabíamos nada hacía mucho tiempo, o proporcionándonos otros nuevos, de todos los lugares, edades o condición, con quienes hemos fraguado negocios, formación, amistades o hasta hemos unido nuestras vidas en matrimonio o mediante otras relaciones de toda índole.

4. Es imprescindible resaltar aquí las aportaciones de la espléndida monografía ya citada de Platero Alcón, Alejandro, *El derecho al olvido en internet. La responsabilidad civil de los motores de búsqueda y las redes sociales: estudio doctrinal y jurisprudencial*, editorial Dykinson, Madrid, 2021, cuya obra y prólogo han inspirado estas páginas.
5. Ya el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) garantiza el derecho a la protección de los datos de carácter personal de cada individuo: «Artículo 16 (antiguo artículo 286 TCE): 1. Toda persona tiene derecho a la protección de los datos de carácter personal que le conciernan. 2. El Parlamento Europeo y el Consejo establecerán, con arreglo al procedimiento legislativo ordinario, las normas sobre protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos de carácter personal por las instituciones, órganos y organismos de la Unión, así como por los Estados miembros en el ejercicio de las actividades comprendidas en el ámbito de aplicación del Derecho de la Unión, y sobre la libre circulación de estos datos. El respeto de dichas normas estará sometido al control de autoridades independientes. Las normas que se adopten en virtud del presente artículo se entenderán sin perjuicio de las normas específicas previstas en el artículo 39 del Tratado de la Unión Europea» (versión consolidada publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea de 30 de marzo de 2010, C 83/47). Para hacer efectivo este derecho, el Parlamento Europeo y el Consejo vienen estableciendo, mediante el procedimiento legislativo ordinario, las normas sobre la protección de datos personales y su libre circulación dentro del ámbito del Derecho de la Unión Europea.

## 2. Naturaleza contractual disfrazada

El objeto de estas flamantes modalidades de contratos y actividades, ahora por fin lo sabemos con la claridad, no es otra cosa que nuestros valiosos datos personales, de complicadísima estimación económica, aquellos que contienen, con exactitud milimétrica, información privada individualizada acerca de nuestra persona<sup>6</sup>.

Se recogen cuáles son nuestras costumbres, gustos, edad, sexo, opinión, ideología política, religión, salud, postulados filosóficos, familia, estudios, profesión, viajes, compras, lecturas, ocio, orientación sexual y así un sinfín de datos, incluyendo hasta donde vamos a cada momento (incluyendo aquellos lugares que no deseamos que los demás sepan que hemos ido, como podrían ser los que podrían llamarse de «moral descuidada»), cuánto tardamos en llegar a cada sitio, qué espacio de tiempo permanecemos allí, dónde y cuánto trabajamos, qué itinerario escogemos cada día al desplazarnos, y otros tantos y tan numerosos datos –íntimos o no– recogidos automáticamente que, al comprobar que son ciertos y reales, nos produce una auténtica sensación de escalofrío tan solo con enumerarlos.

Datos tan precisos, detallados y extensos que, sin la menor duda, nosotros mismos no conocemos del todo, ni somos conscientes de muchos de ellos, pero que las compañías tecnológicas procesan automatizadamente en su propio beneficio (económico) y también cediéndolas a otras entidades públicas (gobiernos) y privadas (otras empresas).

Pero si no fuera ya bastante inquietante todo lo anterior, casi la mitad de la población mundial actual utiliza habitualmente los mecanismos una de las dos empresas, o ambas, que gestionan *Google* y *Meta*, y la práctica totalidad de la humanidad si les añadimos el resto de los buscadores y las demás redes sociales, con las conocidas excepciones derivadas de la edad, incapacidad, pobreza extrema o por el pleno veto o la limitación parcial del acceso a internet por dictaduras de cualquier índole.

Para el Derecho civil el contrato de compraventa, con sus orígenes en el contrato de permuta, ha venido siendo como contrato de cambio por excelencia y el paradigma de todas las demás categorías, al tratarse del que se celebra con más frecuencia. Ahora, habida cuenta lo que estamos viviendo con esta profusa eclosión del negocio de los datos, habría que replantearse si, por el número de personas a las que afecta en cada instante del día, y por las veces que a cada minuto usan nuestros datos –con o sin contrato de por medio–, no va siendo hora de ir prestando una mayor atención a esta nueva categoría que podríamos denominar los «contratos de datos» y revi-

6. Véase, más ampliamente, Acedo Penco, Ángel, «Ese oculto objeto del deseo de las empresas tecnológicas en los contratos digitales de uso masivo: reflexiones sobre el fabuloso negocio de los datos», *Actualidad civil*, número 11 de noviembre, año 2022.

sar cuáles de los principios de la teoría general el contrato habrían de adaptarse, o precisarse, para estos contratos.

Así las cosas, el elemento objetivo de estos contratos de datos requiere, sin la menor duda, con mayor intensidad que hasta la fecha, de un esfuerzo de acotación dogmática, y probablemente, normativa<sup>7</sup>.

Porque, en realidad, la inmensa mayoría de los contratantes usuarios de los «servicios» que les proporcionan los operadores desconocen realmente qué están haciendo jurídicamente, así como sus repercusiones sociales y personales para sus vidas. Todo el mundo conoce el objeto del contrato de compraventa, arrendamiento o servicios que suscribe, por sencillo que sea: se entrega una cantidad de dinero a cambio de una cosa, el disfrute de algo o una actuación que nos reporta un beneficio, cura o agrado. Ahora bien, ¿quiénes realmente conocen cuál es la contraprestación a cambio del uso que hacemos del buscador *Google*, o por participar en redes sociales (*Facebook*, *Instagram*, *You Tube* y *Tik Tok*), o por comunicarnos mediante cualquiera de las aplicaciones de mensajería instantánea de uso diario (*WhatsApp*<sup>8</sup>, *Telegram* o *Messenger*)?

Incluso entre avezados juristas, a la vista de los artículos 1.271 a 1273 del Código civil (CC), ¿sabemos en qué consiste el objeto que nos compete como contratantes?, ¿cuál nuestra prestación?, ¿nos hemos detenido a examinar, siquiera someramente, respecto de la perfección del negocio jurídico, si dicho objeto, y por tanto la prestación, cumplen sus requisitos esenciales de posibilidad, licitud y determinación?

Y ello sin entrar a considerar la causa de estos contratos, que, si bien no se contempla en otros ordenamientos jurídicos próximos al nuestro, sigue siendo un elemento esencial que permanece, junto al consentimiento y el objeto –y la forma, en su caso–, en el vigente artículo 1261 CC, sin la cual «no hay contrato». Poco se ha reflexionado sobre cuál puede ser la causa de estos contratos de datos y como opera en los supuestos de su inexistencia, falsedad o ilicitud, de los artículos 1.274 a 1.277 CC, sin olvidar, como expresa el último de los preceptos citados, que, aunque no se exprese en el contrato –como es el caso–, se presume que esta existe y es lícita, mientras no se prueba lo contrario.

Al margen de su naturaleza, indudablemente contractual, de todas estas figuras a través de las cuales se desarrollan toda clase de negocios y actividades lucrativas, con los datos personales de los ciudadanos, cuyo análisis dogmático, como se deduce

7. Serrano Sánchez, Beatriz, *Los datos como contraprestación para el suministro de contenidos digitales*, Editorial Dykinson, Madrid, 2025, afronta tan decisiva cuestión, casi ignorada, extrañamente, por la doctrina, remitiéndonos a nuestro trabajo ya citado en la nota anterior («Ese oculto objeto...», *Actualidad Civil*, 11, 2022).

8. El 94% de los españoles con internet utiliza *WhatsApp*, según ha publicado la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (<https://www.cnmc.es/prensa/panel-usos-internet-servicios-ott-cnmc-20230526>, consulta realizada el 14-09-2025), lo que da una idea del extraordinario alcance de usuarios (contratantes) de esta aplicación.

ya de la sola alusión a su objeto y causa, excede con mucho de estas líneas, conviene prestar atención a la responsabilidad civil que puede derivarse de las mismas por el inadecuado uso de tales datos, pudiendo ser, claro está, de carácter contractual, cuando existe un contrato de por medio con quien causó el daño, y extracontractual, en todos los demás casos.

### 3. Contratos de adhesión

Los contratos de datos, que, sistemáticamente, siempre son también de adhesión<sup>9</sup>, claro, no permiten en ningún caso la menor posibilidad de negociar ni tan siquiera la ubicación de una sola coma, ni introducir o quitar una palabra. Son contratos, por lo general, oscuros, confusos y engañosos, lo que se ya se percibe cuando hasta omiten en sus textos la propia palabra «contrato» camuflándola con otras más amables, arteras y elusivas propiciando que el usuario desconozca que realmente está suscribiendo y prestando el consentimiento a un verdadero contrato.

La confusión y oscuridad se potencia con otra cualidad que los caracteriza y es que son extraordinariamente extensos, con muchísimas remisiones, lo que hace que su lectura y comprensión quede relegada, en el mejor de los casos, a eruditos y estudiosos, o a juristas que han de trabajar sobre la materia, pero muy raramente los examina el usuario, y aún en tal caso, tampoco son comprensibles del todo para cualquier ciudadano medianamente instruido.

Al hilo de la posición del usuario de los servicios digitales, conviene recordar la consideración jurídica de «consumidor» a efectos de su protección legal –y respecto del fuero– que realiza el Tribunal de Justicia de la Unión Europea que otorga al usuario de las redes sociales<sup>10</sup>.

Piénsese en el extraordinario alcance tuitivo de la figura del consumidor que el Derecho comunitario viene desarrollando especialmente a lo largo del último cuarto de siglo, que ha situado a la Unión Europea en la cúspide de los ordenamientos

9. La doctrina ha abordado con solvencia esta figura, véanse las imprescindibles obras de Bercovitz Rodríguez-Cano, Rodrigo, Moralejo Imberón, Nieves Isabel, Quicios Molina, María Susana (coords.), *Tratado de contratos, Vol. 2: Contratación con consumidores, contratos de adhesión y contratación electrónica, contratos con finalidad traslativa de dominio, contratos de cesión temporal de uso y disfrute*, 3ª edición, Editorial Tirant lo Blanch, Valencia, 2024; Vázquez García, Rafael, *El contrato de adhesión. Régimen jurídico*, Editorial Marcial Pons, Madrid, 2018; Rosillo Fairén, Alejandro, *La configuración del contrato de adhesión con consumidores*, Editorial La Ley, Madrid, 2010; Clavería Gosálbez, Luis Humberto: *Condiciones generales y cláusulas contractuales impuestas*, Colección Notariado, Editorial Bosch, Barcelona, 2008; Rosillo Fairén, Alejandro, *La configuración del contrato de adhesión con consumidores*, Editorial Dykinson, Madrid, 1998; Viguri Perea, Agustín, *La protección del consumidor y usuario en el marco de los contratos de adhesión: análisis comparado del derecho angloamericano: (tratamiento especial del derecho norteamericano)*, Editorial Comares, Granada, 1995, entre otros.
10. Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 25 de enero de 2018 (asunto C-498/16), conocida como *Maximiliani Schrems vs. Facebook Ireland Limited*, donde se establece que un usuario particular de una red social como Facebook debe ser considerado como un consumidor y que la cesión de derechos entre consumidores puede ser relevante para determinar la competencia del tribunal.

jurídicos protectores del consumidor y de donde se nutren las fuentes legales del resto de los países occidentales.

La aplicación de las normas de protección del consumidor, del Derecho de consumo en general, a todos los usuarios personas físicas de los servicios digitales, aunque se excluya a los profesionales, puede suponer un paso de gigante, para bien, a la hora de legislar, aplicar e interpretar las normas de protección de los datos personales, que siempre podrán ser complementadas por el rico, fructífero y bien desarrollado, Derecho comunitario del consumidor<sup>11</sup>.

En la última revisión de *Meta (Facebook)* de las que denomina «Condiciones del servicio», que es como llama esta empresa a su contrato con los usuarios, vigentes desde el 1 de enero de 2025, establecen que «Estas Condiciones (anteriormente denominadas “Declaración de derechos y responsabilidades”) constituyen la totalidad del acuerdo entre tú y *Meta Platforms Ireland Limited* respecto del uso que hagas de nuestros Productos y prevalecen sobre cualquier acuerdo anterior», evita usar la palabra contrato, que solo hace en cuatro ocasiones, pese a cuyo texto principal suma 6.384 palabras, al margen los de abundantísimos enlaces y remisiones, sin contar los otros 20 enlaces que contiene su apartado 5 y último<sup>12</sup> Es verdad que ya se ha avanzado algo porque hasta hace bien poco jamás aparecía la expresión «contrato», que ahora se evita en lo posible, algo ya poco compatible con las más elementales normas de protección al consumidor y que solo es una muestra de su torcido proceder jurídico.

Parece que, tal vez para no asustar al usuario, se tenga aversión al vocablo (¿maldito?), cuando es un contrato que genera una incontable cantidad de obligaciones y renunciadas a quienes los suscriben –casi siempre sin saber su alcance–, tratando de eludir su naturaleza contractual –como si la contraprestación careciese de valor patrimonial– cuando indican: «No cobramos por el uso que haces de *Facebook* ni de los otros productos y servicios que abarcan estas Condiciones». No cobrarán directamente al usuario por el tratamiento automatizado de sus datos personales, pero obtienen ingentes sumas económicas «vendéndolos», sin olvidar que, en no pocas ocasiones, se pueden producir, tanto a usuarios como a terceros, significativos daños materiales e inmateriales, debido al mencionado tratamiento, que habrán

11. Véanse al respecto las magnas obras de: Cañizares Laso, Ana (dir.), Zumaquero Gil, Laura (coord.), *Comentario al Texto Refundido de la Ley de Consumidores y Usuarios*, tomos I y II, Editorial Tirant lo Blanch, Valencia, 2022; Bercovitz Rodríguez-Cano, Rodrigo (coord.), *Comentario del texto refundido de la Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias (Real Decreto Legislativo 1/2007)*, 2ª edición, Editorial Thomson Reuters Aranzadi, Cizur Menor, Navarra, 2015; Cámara Lapuente, Sergio (dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores: Texto refundido (RDL 1/2007) y otras leyes y reglamentos vigentes en España y en la Unión Europea*, Editorial Colex, A Coruña, 2012.

12. Estas Condiciones que rigen el acceso a *Facebook*, *Messenger* y otros productos, están disponibles en [https://mbasic.facebook.com/legal/terms/plain\\_text\\_terms/#2](https://mbasic.facebook.com/legal/terms/plain_text_terms/#2) y en el medio centenar de enlaces a los que se remite (consultada el 1 de octubre de 2025).

de ser reparados por la vía de la responsabilidad civil, siendo susceptibles de una indemnización de carácter netamente patrimonial.

#### 4. El modelo de responsabilidad civil adoptado

En esta cuestión, la jurisprudencia comunitaria y española va lentamente perfilando el derecho a la indemnización por daños y perjuicios irrogados por el tratamiento inadecuado de los datos personales por *Google* y *Facebook* principalmente, aunque aplicable también, claro está, a sus lejanos competidores.

Nuestra reciente legislación, plasmada en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, no contiene ninguna alusión expresa acerca de dicha responsabilidad indemnizatoria, al contrario de su antecesora, la derogada Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, cuyo artículo 19.1 la preveía expresamente («Los interesados que, como consecuencia del incumplimiento de lo dispuesto en la presente Ley por el responsable o el encargado del tratamiento, sufran daño o lesión en sus bienes o derechos tendrán derecho a ser indemnizados»).

El citado texto legal patrio de 2018 se limita, en su artículo 30 a expresar la solidaridad entre ellos cuando existan varios responsables, remitiéndose, con carácter general en esta materia, al artículo 82 del Reglamento europeo de Protección de datos (RGPD)<sup>13</sup>, que la nueva Ley trata de adaptar y completar, según su artículo 1 a).

Este reconocimiento, condensado en los seis apartados del precepto comunitario reglamentario, se formula con cierta simpleza, en el primero de ellos, en los siguientes términos: «Toda persona que haya sufrido daños y perjuicios materiales o inmateriales como consecuencia de una infracción del presente Reglamento tendrá derecho a recibir del responsable o el encargado del tratamiento una indemnización por los daños y perjuicios sufridos».

Sin embargo, la aparente amplitud de la norma no alcanza a todos los supuestos deseables dado que pronto establece los primeros límites a su ejercicio, ya que solo opera cuando el responsable no cumpla lo dispuesto en el Reglamento o las obligaciones que corresponden al encargado del tratamiento de los datos personales<sup>14</sup>.

13. Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) –RGPD– publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea núm. 119, de 4 de mayo de 2016, páginas 1 a 88.

14. También el texto legal excluye de protección todos aquellos supuestos en los que el titular del tratamiento de los datos no sea responsable de los daños y perjuicios sufridos, en el apartado 3 del artículo 82 del Reglamento, según este tenor: «El responsable o encargado del tratamiento estará exento de responsabilidad en virtud del apartado 2 si demuestra que no es en modo alguno responsable del hecho que haya causado los daños y perjuicios». O sea, que el operador que procesa comercializa y rentabiliza del tratamiento de datos personales, puede beneficiarse económicamente de la actividad que organiza, pero mientras cumpla todas las prescripciones del Reglamento comunitario

Parece que el legislador comunitario ha optado por desterrar la responsabilidad objetiva, o por riesgo, propiciando que numerosos supuestos nunca podrán ser resarcidos por los operadores de los datos al amparo de la norma comunitaria cuando, aunque se produzca un daño a la víctima, por grave que sea, a un usuario o a un tercero, siempre que la empresa responsable del tratamiento de los datos personales o sus encargados cumplan las obligaciones del Reglamento.

A nuestro juicio, no parece recomendable seguir la senda de una desproporcionada e ingente producción normativa, cada vez más común, de extender la responsabilidad objetiva a más ámbitos de los estrictamente necesarios. Sin embargo, esta materia tan sensible como es el tratamiento automatizado de los datos personales, y teniendo muy en cuenta la enorme y desproporcionada desigualdad entre las partes de esta disimulada relación contractual, donde una es un simple ciudadano aislado de a pie, con nulo poder decisorio, salvo intentar apartarse del contrato (no de sus efectos), y la otra, cualquiera de los «gigantes» económicos de internet, cada vez más grandes e incontrolables, que gozan de un potencial tecnológico, patrimonial (¿y político?) exorbitado.

Ello nos obliga a pensar, al menos inicialmente en sede doctrinal, en la posibilidad de plantear algunos supuestos tasados donde instaurar la responsabilidad objetiva en materia de tratamiento de datos personales (incluso adecuado) por los daños ocasionados, en especial cuando no exista otro sujeto, o habiéndolo, no sea solvente patrimonialmente, para reparar el daño sufrido por la víctima.

A fin de cuentas, con la teoría del riesgo, quienes lo crean (*Google*, *Facebook* y las demás corporaciones tecnológicas) son precisamente quienes se lucran con estas actividades, por lo que, quizá, no sea del todo descabellado que respondieran, incluso sin culpa, negligencia, ni infracción del reglamento comunitario, en la misma medida que responden, por ejemplo, las compañías aéreas cuando, también sin la menor culpa, se producen daños a los viajeros con ocasión del transporte aéreo.

Es verdad que, por lo general, la responsabilidad objetiva, o por riesgo, suele imponerse legalmente en los supuestos de actividades o negocios en los que se advierten posibles daños personales o a la vida, como ocurre con las actividades peligrosas (transportes, energía nuclear o la caza) por lo que el legislador comunitario ni siquiera se habrá planteado, en sede de protección de datos, la exigencia de un seguro obligatorio para cubrir los daños que pudieran derivarse del tratamiento de datos, y por tanto, tampoco, aún, la instauración de la responsabilidad por riesgo en esta materia, al no considerarla tan peligrosa. Pero tal vez sea un error: los daños deriva-

nunca tendrá que responder por los daños que sufra una víctima, por graves que sean, como consecuencia de ese mismo tratamiento al ser «adecuado» o «conforme» con la normativa establecida.

dos de la gigantesca actividad del tratamiento de datos personales, en tantas facetas de la vida, perturban el núcleo de los derechos fundamentales del hombre<sup>15</sup>.

El mismo art. 82 RGPD también tiene el acierto, por otra parte, de permitir la interposición de las acciones indemnizatorias pertinentes, entre otros foros, ante el Estado donde tenga su residencia habitual la víctima de los daños materiales o inmateriales derivados del tratamiento de sus datos<sup>16</sup>.

## 5. ¿Derecho de protección de datos *versus* protección al derecho al honor?

En la actualidad, se viene interpretando que la remisión al «Derecho del Estado miembro», a la que alude el artículo 82.6 RGPD, se refiere al régimen de responsabilidad extracontractual del artículo 1.902 y siguientes del Código civil, al margen de los supuestos contractuales en los que no parecen albergarse mayores dudas, salvo los matices tan específicos de un objeto tan particular como es el de estos contratos.

Sin embargo, en contra de tales pareceres, nuestro Tribunal Supremo, ha venido fundamentado sus decisiones jurisprudenciales sobre el reconocimiento de las indemnizaciones a los particulares como consecuencia del inadecuado uso de sus datos personales, sobre todo, en la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, lo que ha sido criticado por considerar que el derecho de protección de datos es un derecho autónomo y diferente de los indicados en el título de esta Ley orgánica.

No parece, a nuestro juicio, que sean incompatibles ambas posturas por dos motivos esenciales: de un lado, porque serán escasos los supuestos en los que los daños que se ocasionen a un ciudadano, ya sea contratante o tercero, como consecuencia de la actividad del tratamiento de sus datos personales, no sean vulnerados también sus derechos al honor, a la intimidad personal y familiar, o a la propia imagen (que también son tres derechos autónomos entre sí, como determina la jurisprudencia

15. Reconoce la norma del art. 82 RGPD, en su apartado 5, y esto ha de anotarse en su favor, la responsabilidad solidaria frente a la víctima, respecto de la indemnización que haya de sufragarse, de todos los sujetos que ocasionaron el daño mediante el tratamiento de los datos personales con infracción del Reglamento, cuando fueren varios lo que intervengan o participen en dicha actividad. En justa medida, también establece la acción de repetición del que abonó toda la indemnización a la víctima para poder reclamar a cada uno de los participantes den el tratamiento de los datos, «la parte de la indemnización correspondiente a su parte de responsabilidad por los daños y perjuicios causados».

16. Así, el apartado 6 del mismo art. 82 RGPD expresa que: «Las acciones judiciales en ejercicio del derecho a indemnización se presentarán ante los tribunales competentes *con arreglo al Derecho del Estado miembro*» del domicilio indicado, o también –lo que será muy improbable– del país donde el responsable del tratamiento tenga un establecimiento, con la salvedad de que si se trata de una Administración pública o ente dependiente de estas de naturaleza pública, las acciones deberán interponerse en la nación sede de aquella.

constitucional<sup>17</sup>); y por otro, y no menos importante, por cuestiones de eficacia tuitiva práctica, dado que la Ley Orgánica 1/1982, ofrece una depurada protección, más amplia y con unas herramientas dotadas de gran eficacia, que el régimen contenido en el Código civil. Y no solo en materia de prescripción (cuatro años frente a uno, en la responsabilidad extracontractual, aunque cinco en la contractual), lo que ya sería bastante, sino, también, en la presunción del daño una vez acreditada la lesión al derecho protegido, y en otros tantos aspectos.

## 6. Breve incursión jurisprudencial

por cierto, siendo esta cuestión muy relevante por su facilidad de difusión a través de internet (en redes sociales y motores de búsqueda), pese a ciertos titubeos iniciales<sup>18</sup>, ahora, desmarcándose de aquella doctrina, la jurisprudencia constitucional y la ordinaria, consideran el prestigio profesional plenamente incluido en la protección del derecho al honor. Así, ahora se «admite que el prestigio profesional forma parte del marco externo de trascendencia en que se desenvuelve el honor»<sup>19</sup>. En este sentido, se determina que «el juicio crítico o la información divulgada acerca de la conducta profesional o laboral de una persona puede constituir un auténtico ataque a su honor personal, incluso de especial gravedad, ya que la actividad profesional suele ser una de las formas más destacadas de manifestación externa de la personalidad y de la relación del individuo con el resto de la colectividad»<sup>20</sup>.

Son incontables los casos que pueden generar responsabilidad civil por los daños causados al prestigio profesional derivados del inadecuado tratamiento de los datos personales.

En todo caso, la aplicación ya sea directa o indirecta, total o parcial, análogica o por remisión jurisprudencial, de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, no siempre será posible en aquellos supuestos que no puedan enmarcarse en una «intrusión ilegítima», debiéndose acudir entonces al Código civil. Sin embargo, ante la falta de más indicación legal que el artículo 82 del Reglamento, el actor ha de agotar todo el arsenal normativo disponible, que no es mucho, y el juzgador analizarlo y aplicarlo en su caso, siguiendo, naturalmente, las orientaciones jurisprudenciales que, por ahora, siguen el sentido que defendemos.

El daño indemnizable a la víctima derivado del torpe tratamiento de sus datos personales, incluye tanto los daños materiales o patrimoniales, como los inmateriales o morales. Dentro de los primeros (en materia de protección de datos por inclu-

17. Sentencia del Tribunal Constitucional 14/2003, de 28 de enero.

18. STC 76/1995, de 22 de mayo y STS de 20 de marzo de 1997, entre otras.

19. STS (Sala 1ª) de 28 de junio de 2012.

20. STC 9/2007, de 15 de enero, FJ 3.

sión indebida en un fichero de morosos), declara la jurisprudencia más atinada, se encuentran los «daños patrimoniales concretos, fácilmente verificables y cuantificables» como los «daños patrimoniales más difusos pero también reales e indemnizables, como son los derivados de la imposibilidad o dificultad para obtener crédito o contratar servicios» y «también los daños derivados del desprestigio y deterioro de la imagen de solvencia personal y profesional causados por dicha inclusión en el registro, cuya cuantificación ha de ser necesariamente estimativa»<sup>21</sup>.

Y se engloban en los segundos, pues: «La indemnización también ha de resarcir el daño moral, entendido como aquel que no afecta a los bienes materiales que integran el patrimonio de una persona, sino que supone un menoscabo de la persona en sí misma, de los bienes ligados a la personalidad, por cuanto que afectan a alguna de las características que integran el núcleo de la personalidad, como es en este caso la dignidad. La determinación de la cuantía de la indemnización por estos daños morales ha de ser también estimativa»<sup>22</sup>. Bien es verdad que, como antes sostuvimos, la Sala aplica aquí los criterios derivados de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, sin aludir a los postulados generales de la regulación de la responsabilidad extracontractual contenida en el Código civil, que le hubieran llevado, probablemente, a otro fallo<sup>23</sup>.

Las anteriores y tan sucintas reflexiones van referidas especialmente a la responsabilidad civil derivada del tratamiento de datos por parte de las empresas, o entidades públicas, que explotan los motores de búsqueda y las redes sociales. Pero no estarían completas estas líneas sin aludir, al otro de los grandes temas que se derivan del derecho fundamental a la protección de los datos personales, esto es, el derecho al olvido, también denominado normativamente derecho a la supresión de datos.

## 7. Apunte sobre el derecho al olvido

En sus comienzos, el derecho al olvido fue ridiculizado, tachado como un «censor de la historia», enemigo de la libertad de expresión, y por supuesto, negada su existencia, primero por grupos que controlan los grandes medios de comunicación de todo el mundo –con especial ahínco en EEUU–, y luego por infinidad de profesionales del periodismo, muchas veces por desconocimiento de la figura. Pero el mayor, y más potente, detractor del reconocimiento del derecho al olvido, como no,

21. STS (Sala 1ª) 81/2015, de 18 de febrero, FD 5º, apartado 5, muy interesante.

22. Véanse las SSTS (Sala 1ª) 597/2024 y 598/2024, ambas de 6 de mayo, que completan lo referido en el texto y abundan sobre los daños patrimoniales difusos y el desprestigio profesional al verse incluido indebidamente en un sistema de solvencia patrimonial.

23. Ródenas Cortés, Pedro, *Sistemas de información crediticia. La responsabilidad civil por sus incumplimientos legales. Análisis jurisprudencial y criterios indemnizatorios*, editorial Dykinson, Madrid, 2025, excelente monografía que afrontar la cuestión con solvencia aporta numerosas sentencias muy recientes sobre la reparación del daño moral, destacando la prohibición de otorgar indemnizaciones simbólicas (páginas 215-219).

ha sido la poderosa empresa titular del motor de búsqueda por excelencia, *Google*, principal instrumento tecnológico universal –por su inaudita y fabulosa eficacia–, que ofrece resultados instantáneos, muchas veces indeseables para los perjudicados, cuya actividad ya ha sido considerada jurídicamente en la Europa comunitaria como «tratamiento de los datos personales» y que, en no pocas ocasiones, lesionan de manera notoria o muy grave, a centenares de miles, a veces a millones de ciudadanos, incluyendo a quienes nunca utilizaron sus servicios o a las personas que jamás se conectaron a internet.

Sabido es, pero no está de más recordarlo, que el reconocimiento formal derecho al olvido, fue un camino muy espinoso, dado que, para quienes seguíamos de cerca la cuestión, todo se postulaba en su contra, pues, además posicionarse frontalmente en contra el poderoso emporio empresarial que arrastra *Google*, también lo hacía la mayoría de los medios de comunicación y muchos e influyentes periodistas de todo el mundo, incluso, hasta el Abogado General Sr. Niilo Jääskinen<sup>24</sup> en el propio proceso, se opusieron a tal reconocimiento, y sin embargo –contra todo pronóstico–, logró ser introducido en el Derecho comunitario, y luego en tantos los ordenamientos jurídicos, gracias al sensato, encomiable y trascendental e histórico fallo de la Gran Sala del Tribunal de Justicia de la Unión Europea contenido en su conocida –ya famosa mundialmente– Sentencia del día 13 de mayo de 2014 (Sentencia *Costeja*)<sup>25</sup>.

La principal y más importante consecuencia, de las muchas que se derivaron del citado fallo, fue su plasmación, ya en sede legislativa (no solo puramente jurisprudencial), del reconocimiento y regulación del ejercicio de este derecho en el extenso artículo 17 RGPD, desarrollado bajo el título literal de: *Derecho de supresión* («el derecho al olvido»), en cuyo primer apartado determina que «El interesado tendrá derecho a obtener sin dilación indebida del responsable del tratamiento la supresión de los datos personales que le conciernan, el cual estará obligado a suprimir sin dilación indebida los datos personales cuando concurra alguna de las circunstancias siguientes:» que detalla en seis subapartados de la letra a) a la f).

No quedaron ahí estancados sus monumentales efectos, sino que de Europa traspasaron las extensas aguas del océano Atlántico y pronto ha florecido en el continente americano, comenzando por el sur y Centroamérica, no tanto en EEUU «muy negacioncita» por ahora (aunque recientemente se van abriendo brechas que piden su reconocimiento), pero sí en México y muy decididamente en Canadá, también

24. En sus amplias Conclusiones fechadas el 25-6-2013 en el asunto C 131/12, del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de *Google Spain, S.L.* y *Google Inc* contra la Agencia Española de Protección de Datos AEPD y Mario Costeja González.

25. Sentencia de 13 de mayo de 2014 de la Gran Sala del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, dictada en el asunto C 131/12: *Google Spain, S.L.* y *Google Inc* contra la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y Mario Costeja González.

en Australia y Nueva Zelanda, por mirar a países lejanos. Todo ello considerando que, tal vez para competir con el rey de los buscadores (*Google* que en Europa ofrece a los usuarios mecanismos –muy a su pesar– para que puedan ejercitar el derecho al olvido) se han hecho eco también de la sentencia comunitaria y han introducido el ejercicio de este derecho en sus «términos de uso» –contratos–, como es el caso de *Yahoo!* y *Bing* que han puesto a disposición de sus usuarios formularios para solicitar la retirada o supresión de los resultados de las búsquedas que pudieran ampararse en el derecho al olvido. Resulta, por tanto, incuestionable y tranquilizador, el efecto extensivo, creciente, sólido, progresivo y multiplicador, en los ordenamientos de todo el mundo, de la referida Sentencia *Costeja*.

## 8. Efectos del reconocimiento normativo

En España, la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, recogió el testigo de la norma comunitaria y desarrolla esta materia en dos preceptos separados y con diverso contenido: el artículo 93 bajo el título *Derecho al olvido en búsquedas de Internet* y el artículo 94 sobre el *Derecho al olvido en servicios de redes sociales y servicios equivalentes*. La redacción de ambos artículos es más clara y sencilla que la del Reglamento, y aunque supongan un complemento de este, es verdad que, en la práctica, su texto orienta al ciudadano mucho mejor que aquel.

Teniendo en cuenta que ambas normas –Reglamento y Ley Orgánica– entraron en vigor no hace demasiado tiempo todavía no existen suficientes pronunciamientos interpretando los diversos matices del derecho al olvido, aunque hubo importantes fallos previos de nuestro Tribunal Supremo, siendo oportuno enfatizar que la Sala Primera, de lo Civil, se ha venido mostrando de una manera mucho más partidaria del reconocimiento del derecho al olvido y de la amplitud de su ejercicio por parte de los ciudadanos, contrastando con los criterios de la Sala Tercera, de lo Contencioso-administrativo, cuyos fallos han sido, por lo general, más restrictivos y menos favorables a la extensión de este derecho, con alguna afortunada, tímida y reciente salvedad<sup>26</sup> de la donde ahora reconoce que también puede solicitarse al supresión de los resultados de las búsquedas solo por los apellidos de una persona en *Google*, sin que sea necesario añadir el nombre, dadas las «circunstancias concurrentes en este caso»<sup>27</sup>.

26. STS (Sala 3ª) 1176/2020, de 17 de septiembre.

27. STS (Sala 3ª) 12/2019, de 11 de enero.

En todo caso, pese a las trabas iniciales a la existencia y reconocimiento del derecho al olvido digital, opuestas por muchos periodistas y medios de comunicación, hábilmente replicadas hasta el extremo por la potente batería artillera de *Google*, generando desconcierto, y a la vez, propiciando que el gran público no conozca su verdadero contenido como si no tuviera nada que ver con los ciudadanos de a pie, el derecho al olvido ha venido para quedarse, e incluso para propagarse por todo el mundo como ya se está comprobando.

Pase a la reciente regulación del derecho al olvido en el ámbito comunitario (artículo 17 RGPD), lo cierto es que las normas que lo regulan no proporcionan una definición de este, ni tampoco lo hace la fructífera jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea en esta materia, salvo alguna parca referencia que «reconoce el derecho al olvido como el derecho a la retirada de enlaces de una lista de resultados cuando el criterio de búsqueda es el nombre de una persona física»<sup>28</sup>.

Al abordar la utilidad y el fundamento del derecho al olvido, algunos fallos lo definen del siguiente modo, con suma precisión:<sup>29</sup> «como indica la doctrina, el derecho al olvido tiene como finalidad permitir a toda persona construir su vida sin la carga del pasado, por no concurrir un interés o utilidad social que justifique las consecuencias negativas asociadas a la publicidad de una noticia legítimamente divulgada en el pasado, cuando el transcurso del tiempo ha diluido el interés público subyacente en el mismo. Se fundamenta en que ciertas informaciones del pasado no continúen siendo difundidas cuando son capaces de provocar más daños que beneficios, de modo que hechos públicos, por razón del paso del tiempo, vuelven al área de privacidad o reserva, la esfera privada (Palermo)»<sup>30</sup>

La importancia de la anterior definición doctrinal del derecho al olvido radica en que, al asumirla el Tribunal Supremo, de manera reiterada en ambos fallos, adquiere los efectos previstos en el artículo 1.6 CC, por lo que: «complementará el ordenamiento jurídico», sirviendo de brújula a todos los órganos jurisdiccionales patrios a la hora de enjuiciar asuntos de cualesquiera órdenes en los que se encuentre involucrado este flamante derecho.

La jurisprudencia española más actual, sobre todo la de la Sala Primera, de lo Civil del Tribunal Supremo, sigue siendo muy rica abordar la figura del derecho al olvido digital y sus presupuestos<sup>31</sup>, algunas recogiendo una amplia y excelente doctrina

28. Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de 24 de septiembre de 2019, asunto C-507/2017, apartado 38.

29. SSTs (Sala 3ª) 1175 y 1176/2020, ambas fechadas el día 17 de septiembre.

30. La referencia doctrinal del Alto Tribunal parece aludir al interesante documento elaborado por Carlos Cortés bajo la supervisión de Eduardo Bertoni, Derecho al olvido: entre la protección de datos, la memoria y la vida personal en la era digital, en la Facultad de Derecho de la Universidad de Palermo (Argentina).

31. SSTs (Sala 1ª) 20/2025, de 7 de enero, 86/2024, de 23 de enero y 1.659/2023, de 27 de noviembre y 334/2022, de 27 de abril, esta última del Pleno, entre otras.

favorable a dicho reconocimiento<sup>32</sup>, no tanto así la de su Sala Tercera, de lo Contencioso-administrativo, cuya línea abiertamente restrictiva, esto es, proco proclive a la protección judicial (y administrativa) de dicho derecho, sigue siendo más que evidente<sup>33</sup>.

## 9. Peligroso alcance universal y normalización de las cotidianas lesiones a la privacidad

Y es que, el ejercicio efectivo del derecho a la privacidad por los ciudadanos es la principal línea de defensa frente a las continuas agresiones que, muchas veces, produce el gran negocio de los datos que tan solo acaba de eclosionar. Aunque uno de sus engañosos disfraces sea el *Big Data*, como vertiente científica para mejorar la vida de las personas, optimizar sus decisiones y perfeccionar los movimientos estratégicos, en el fondo, sin la barrera de unos sólidos mecanismos que sustenten con fuerza la privacidad nos convertiremos en seres desprovistos de toda intimidad perdiendo a chorros nuestra propia dignidad, que junto con el libre desarrollo de la personalidad, el respeto a la ley y a los derechos de los demás, son, como es bien sabido, el fundamento del orden político y la paz social, según proclama el artículo 10.1 de la Constitución española.

Téngase en cuenta que en cada segundo que transcurre en la actualidad, se generan 6.826.667 millones de documentos –sin incluir fotografías, vídeos, audios y archivos de otro tipo– que se crean y circulan, o se «suben» a algún lugar a través de internet, habiéndose estimado que cada uno de tales documentos contiene al menos 30 datos personales absolutos<sup>34</sup>, sin embargo, los ciudadanos que nutren con sus datos personales las actividades que versan sobre su tratamiento o procesamiento automatizado, raras veces tienen conocimiento, y mucho menos algún control, sobre ellos. A mayor abundamiento, tales datos son procesados automáticamente con potentes motores, aplicándoles aquellos algoritmos que convengan según los intereses que persiga el responsable o encargado del tratamiento, con la finalidad de obtener una serie de resultados, que no solo buscan la máxima rentabilidad económica, su principal objetivo, a través de la publicidad –lo que ya parece casi co-

32. La muy interesante y reciente STS (Sala 1ª) 484/2024, de 10 de abril, FD 3º-5 resulta concluyente: «Por otra parte, el mantenimiento en Internet de reportajes de fechas pasadas tiene una potencialidad lesiva del derecho al honor menor que la nueva publicación en un periódico, tanto en la edición en papel como digital, de un reportaje sobre los hechos en los que se identifique al autor del crimen con su nombre y apellidos y mediante la publicación de su fotografía».

33. SSTs (Sala 3ª) 775/2024, de 6 de noviembre, 1566/2024, de 7 de octubre, 374/2024, de 4 de marzo, y 1757/2023, de 21 de diciembre, las más recientes de tal Sala, deniegan, todas, por motivos muy diversos, el reconocimiento del derecho al olvido.

34. Nisa Ávila, J. A., BCR [*Binding Corporate Rules*] en el contexto de la *Privacy Shield* y la *Standard Contractual Clauses* [SCCs], disponible en la revista jurídica y portal: <https://elderecho-com>, Tribuna, de 19-2-2021.

múnmente aceptado– sino también, otros datos muy sensibles: políticos, de salud, ideológicos, creencias religiosas, hábitos, ocio, localización, etc.

El volumen de datos que se suben a internet es de 24.000 gigabytes por segundo: Este flujo de datos incluye una gran variedad de contenidos pues se suben más de 500 horas de contenido a YouTube cada minuto, lo que se traduce en una cantidad significativa por segundo, miles de millones de mensajes son enviados a través de aplicaciones como *WhatsApp* y *Facebook Messenger* cada día y miles de nuevos sitios web se crean cada día en el mundo accesibles desde todo el universo conocido<sup>35</sup>.

Los datos que aportamos nosotros mismos, o terceros, son almacenados en la «nube», con o sin nuestro conocimiento y consentimiento, parecen germinar exponencialmente huérfanos de toda protección jurídica y ayunos de toda posibilidad de control por parte de las personas afectadas, más allá de solicitar que sean suprimidos, o borrados, en la medida que vayamos teniendo conocimiento de su existencia, si es que su cancelación no nos llega a perjudicar más aun por privarnos de alguna utilidad que disfrutemos. La recogida, utilización, circulación y control de los datos personales que se almacenan en la nube (o más bien, en las numerosas nubes) son, desde luego, otra parcela, dentro de la protección jurídica de datos merecedora de un análisis desde la óptica de las relaciones entre particulares que se incluye en el Derecho civil.

¿No supone todo esto un retroceso de más de medio siglo respecto de los frenos logrados en la imposición de condiciones abusivas o leoninas por parte del contratante que las introduce en su beneficio y en perjuicio del contratante débil? (No parece que sea imprescindible dicha nueva cesión de datos entre el conocido servicio de mensajería instantánea personal y las redes sociales para que las actividades de la empresa que desea añadirlos continúen siendo sumamente rentables. Baste recordar que las acciones de *Facebook* han multiplicado por 20 su valor con el modelo de comercialización actual que explota mediante el tratamiento de los datos personales (que es de donde obtiene su rentabilidad), y sigue creciendo<sup>36</sup>. Así que, ¿realmente necesita ampliar y exprimir, todavía más, el limón de nuestros datos personales entre sus diferentes aplicaciones y cederlos a terceros para mantener su viabilidad económica?

No es una novedad la instrumentalización, imposición y práctica generalización de condiciones claramente abusivas en los contratos de datos, extremo que, aunque

35. Véase, <https://explodingtopics.com/blog/data-generated-per-day> *Amount of Data Created Daily* 24-04-2025 (consultado el 30 de septiembre de 2025).

36. Los valores de *Facebook Inc* salieron a bolsa en el año 2012 a 38 dólares/acción, y ahora cotizan en el momento presente, bajo el nombre *Meta Platforms, Inc*, a 743,45 dólares/acción (<https://www.nyse.com/index>, consultada el 27-9-2025).

con timidez, ya se viene advirtiendo<sup>37</sup>. Estos indicios suponen un verdadero alivio porque aportan ciertas esperanzas de aire jurídicamente limpio y fresco en estos tiempos donde la contaminación vírica parece ir remitiendo a la vez siguen propagándose, casi sin freno, las prácticas y condiciones inicuas, ya incrustadas en el ADN de las empresas tecnológicas, de ámbito mundial, que cotidianamente operan y se enriquecen con nuestros datos personales.

Subyace en toda esta materia un enorme desconocimiento sobre la estructura y efectos del contrato de datos, o mejor dicho, de los diversos contratos. Y se hace necesario acudir a la teoría general del contrato para revisar alguno de los elementos esenciales, por no decir prácticamente todos, que condensados en el artículo 1261 CC: el consentimiento y el objeto, dejando a un lado la causa, que, aunque sigue vigente en nuestro Código, como en el francés y el italiano, no tiene, como es sabido, idéntica regulación en otros ordenamientos civiles al integrarse en los otros dos elementos citados.

## 10. ¿David frente a Goliat?

Pues bien, la regulación normativa procedente de la Unión Europea, así como la española derivada de aquella, se ha preocupado en parte de dotar de algunos instrumentos para la lograr la efectividad del principal elemento, el consentimiento, sobre todo para determinar con alguna precisión, cuándo y cómo se produce el mismo que hace que nazca la relación jurídica obligatoria, y, por tanto, el contrato.

Ello aquí es decisivo porque todos los contratos de datos, y el resto de los que se derivan de las actividades desarrolladas mediante internet, son siempre contratos entre ausentes, a distancia, celebrados entre dos partes que nunca están en el mismo lugar, ni una frente a la otra. Y, además, a la vez, también son siempre contratos de adhesión, donde todas las cláusulas y condiciones las predisponen, e impone, una de las partes, el operador o gigante tecnológico.

A ello se une, como se indicó más arriba, que dicho contratante «fuerte» trata por todos los medios de dulcificar los términos del contrato, evitando casi siempre, con toda clase de sinónimos, recovecos, laberínticas expresiones y desmesurada extensión, llamar contrato a lo que es realmente un contrato. Pero es verdad que se ha avanzado bastante en la determinación concreta de la prestación del consentimiento y su momento, para evitar, o más bien paliar, que se preste automática y tácitamente, así como, en alguna medida (aunque muy poca) el aseguramiento de que los menores no puedan otorgarlo hasta cierta edad, según de la actividad contractual que se trate.

37. Carrasco Sayalero, Ignacio, «Ya "seamos" digitales. Las cláusulas leoninas en los contratos tecnológicos», *La Ley privacidad*, 2020, nº 4, ejemplar dedicado a Lecciones aprendidas desde el confinamiento.

Sin embargo, la regulación comunitaria de los contratos de datos –que, en cierto modo, bastante a menudo, cae en la misma trampa que tienden las grandes empresas tecnológicas de no denominar al contrato como tal, derivado de su naturaleza– poco o nada se trata sobre el objeto de estas modalidades contractuales<sup>38</sup>. Y ahí, tal vez, esté la clave de todo, en este segundo elemento esencial que caracteriza a los contratos de datos y los hace diferentes del resto de los tipos contractuales precisamente por la materia que constituyen su objeto: los datos personales cada uno de los seres humanos que contrata, la mayoría de las veces sin saberlo, los servicios digitales las empresas tecnológicas: desde participar en las redes sociales, buscar noticias en la red, enviar mensajes de texto, voz, imagen o audiovisuales, hasta la cantidad inimaginable de actividades humanas, robots, internet de las cosas y otras tantas, que luego serán procesados para los fines más diversos, y no solo comerciales.

Desasosiega conocer con precisión el alcance y contenido del objeto de las actividades que realizamos a través de internet (los contratos de datos). Un detenido examen de las condiciones del servicio y las políticas de privacidad de cualesquiera de estas actividades, servicios y aplicaciones nos muestra el esfuerzo lingüístico de sus redactores por ocultar en lo posible en qué consiste tal objeto y cuando, por no quedar más remedio, se determina del modo menos claro que se pueda. Como se dijo, las remisiones y la extensión de los textos de tales políticas y condiciones facilitan poco al usuario que pueda distinguir el grano de la paja, lo esencial de lo accesorio, al tratarse de textos interminables y aburridos, con pocos recursos gráficos, tamaños de letra idénticos y sin destacar jamás lo decisivo<sup>39</sup>.

Sería deseable, bien a través de códigos de conducta (de los que nunca hemos sido fervientes defensores), bien con normas imperativas (sin abusar del intervencionismo en la contratación, pero regulando aspectos clave e imprescindibles, como en el Derecho de consumo), exigir a estos operadores tecnológicos elevar el nivel de información obligatoria que han de exponer, con claridad y eficacia, con carácter previo a la contratación.

38. Se limita, con carácter general, a las normas generales sobre la materia que se quedan muy cortas para abordar muchos problemas que general las inmensas modalidades contractuales, según las más variadas actividades y servicios digitales, que operan con el procesamiento de datos personales, en particular, el conocido Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos, o RGPD).

39. Pensamos que la mera exposición, en el *website* o aplicación, de extensísimas y farragosas «Condiciones del servicio» y «Políticas de privacidad» que conforman su clausulado contractual, y no dejan de ser condiciones generales de la contratación, al expresarse con miles de palabras, por lo general con caracteres diminutos, sin la menor explicación, resaltado, ni resumen de lo más relevante, convierte aquellas cláusulas de contrato en estériles, y por tanto, completamente inútiles puesto que no son leídas, al requerir un esfuerzo titánico que excede, con mucho, de la capacidad de comprensión media de un ciudadano y precisan de un tiempo y un esfuerzo desproporcionados que invitan a huir de su tediosa lectura, cabiendo preguntarse si no se divulgan de propósito por el predisponente en tal forma precisamente para evitar su cabal entendimiento.

Y, a la vez, expresar el objeto del contrato, utilizando expresiones gramaticales acordes con su verdadero significado jurídico (no adornadas de un «buenismo» sospechoso). Y siempre, de manera destacada, con caracteres resaltados y al principio del texto, de manera que cada usuario pueda saber, no solo que está celebrando un contrato, que eso debería también advertirse de manera nítida, sino en este caso, precisar el objeto, la cosa, la prestación concreta, es decir, los datos como materia contractual que el usuario contratante cede al operador, enumerando cuáles datos personales en concreto son los que autorizamos usar a la otra parte, y a los terceros en su caso.

Bien es verdad que, en algunos casos, pueden encontrarse, aunque no siempre sea tarea sencilla, ni está bien explicada, y por supuesto, nunca destacado visualmente en proporción a la decisiva importancia que tiene, tanto por el amplio abanico de datos concretos que invaden nuestra privacidad, como como afectar, idénticas condiciones contractuales, a más de 3.000 millones de personas en todo el mundo usuarias (contratantes) solamente de la red social *Facebook*<sup>40</sup>, seguida de *You Tube*, *Instagram* y otras<sup>41</sup>.

Pero, de tan colosal cantidad de ciudadanos, ¿cuáles son esos datos personales concretos que, en estas líneas, tanto parece incomodarnos que se trafique con ellos, sin que seamos del todo conscientes?, ¿realmente es tan grave? *Facebook*, por ejemplo, reconoce recopilar y procesar, entre otros muchísimos, los siguientes: contenido de las comunicaciones, personas con quienes nos relacionamos, las fotografías y su geolocalización que hacemos o intercambiamos, todo lo que vemos o escaneamos con la cámara del móvil, los acontecimientos de nuestra vida, las opiniones religiosas o políticas, nuestros intereses o preferencias, aspectos relacionados con nuestra salud, origen étnico o racial, creencias filosóficas o afiliación sindical, webs visitadas, cuentas, *hashtags* y grupos con los que conectamos, libretas de direcciones, registros de llamadas, historial de SMS, acciones y funciones utilizadas, fecha, hora, frecuencia y duración de nuestras actividades, qué publicaciones, vídeos y otro tipo de contenido vemos, nuestras compras u otras transacciones económicas como en juegos y donaciones, pagos, número de nuestras tarjetas de crédito o débito, datos la cuenta corriente, detalles de facturación, envío y contacto, dispositivos de usamos, marca, modelo, sistema operativo, sitios a los que accedemos y tiempo, idioma, zona horaria, número de teléfono móvil, dirección IP, velocidad de conexión, cookies, ac-

40. En enero del año 2025 se han contabilizado 5.560 millones de personas las que acceden a internet, lo que equivale al 67,9% de la población mundial. *DW Global Media Forum*, información disponible en <https://www.dw.com/es/dos-tercios-de-la-humanidad-están-ya-conectados-a-internet/a-70901668> (consultado el 30-09-2025).

41. Las diez redes sociales más usadas en el mundo, ordenadas por número de usuarios son: 1º. *Facebook*: 3.070 millones. 2º. *You Tube*: 2.530 millones. 3º. *Instagram*: 2.000 millones. 4º. *Tik Tok*: 1.590 millones. 5º. *Wechat*: 1.380 millones. 6º. *Snapchat*: 850 millones. 7º. *Douyin*: 766 millones. 8º. *Kuaishou*: 714 millones. 9º. *Reddit*: 606 millones. Y 10º. *Weibo*: 599 millones de usuarios. Véase *Marketing Paradise*, 4-03-2025, disponible en: <https://mkparadise.com/redes-sociales-mas-utilizadas> (consultado el 30-09-2025).

ciones y compras o servicios dentro y fuera de internet, con ellos o con proveedores de datos externos, etc. (la lista literal es interminable).

No debemos ocultar que lo anterior ya se divulga, con escasa relevancia, en la web institucional de estas empresas en la Unión Europea –no así en el resto del mundo–, pero, también debemos reiterar que, de un lado, nunca se dice que la cesión de tales datos son el principal, o más bien, el exclusivo «objeto» del contrato, esto es, la prestación que aporta el usuario a cambio de la utilización de los servicios de comunicación en todas las formas que ofrece, y de otro, que jamás lo denominan «contrato», que es una expresión que todo el mundo comprende y sabe, dado que aceptarlo le obligará a dar, hacer o no hacer, algo importante o, al menos, significativo.

Nada de lo anterior es fantasía y su relevancia social ya va calando en ciertos sectores ajenos al mundo jurídico, como el de la filosofía y el arte<sup>42</sup>, donde se comienza a reflexionar sobre la cuestión del objeto y finalidad de las redes sociales, por ejemplo, divulgándose fructíferos pensamientos que, aunque a muchos todavía les puedan parecer alarmistas o exagerados, están llenos de coherencia.

A la vista del mastodóntico poder de tan solo unas cuantas, muy pocas, empresas tecnológicas que controlan la práctica totalidad del nuevo mercado de las telecomunicaciones por internet, los motores de búsqueda, las redes sociales, además de la robótica y otros usos, los reguladores comunitarios y norteamericanos ya se están planteando la oportunidad de obligar a algunos de ellos a cuartear o dividir sus gigantes empresas que se han convertido, de facto, en un oligopolio de alcance universal.

Precisamente las primeras medidas que surgieron para proteger los derechos de los consumidores, en el último tercio del siglo pasado, fue fomentar la competencia eliminando los monopolios o limitando normativamente determinadas prácticas y abusos.

El segundo paso en materia de protección al consumidor fue poner coto a la contratación abusiva y fortalecer la posición de la parte débil en los contratos, y algo parecido hemos de fomentar en el mercado tecnológico de los datos personales como con timidez afrontan los legisladores.

42. El artista visual argentino Gustavo Romano ([www.gustavoromano.org](http://www.gustavoromano.org)), con ocasión de la exposición de su colección *Algoritmia: arte en la era de la inteligencia artificial*, en el Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo de Badajoz, explicaba que: «Los gigantes de internet no nos reconocen como sujeto, sino más bien como mercancía: no somos su cliente, somos el producto» (*Diario Hoy*, de 6 de marzo de 2021, pág. 45). A nuestro entender, los efectos personales, sociales y jurídicos que se adivinan de sus acertadas consideraciones son verdaderamente impactantes y muy útiles para el mundo del derecho. El texto completo en formato PDF con las interesantes reflexiones del autor (como: «las nuevas economías se basan más y más en nuestro trabajo gratuito y voluntario– ya sea en forma de búsquedas en Internet, *likes* en redes sociales, o recomendaciones en tiendas *online*–, transformándonos en su producto, y explotando lo que podríamos definir como el oro del siglo XXI»), se encuentra disponible en <http://netescopio.meiac.es/algoritmia/algoritmia.html> (consultado el 1-10-2025).

## II. Esbozo final

Este segundo paso es el que ahora nos toca afrontar para adecuar en materia de procesamiento y comercialización de datos personales y metadatos –redes sociales, motores de búsqueda, *Big Data*, robótica y todo lo que está por venir– a la impenetrable e imprevisible realidad tecnológica del tiempo en que vivimos, debiendo actualizarse algunos principios jurídicos y concretar, simplificándolos, nuevos tipos de contratación, así como la responsabilidad contractual y extracontractual, dada la marcada insuficiencia al respecto de la excelente dicción y operatividad del artículo 3.1 de nuestro Código civil, pues, por la vía interpretativa, ya no puede estirarse más un precepto tan genérico para una materia tan delicada y concisa como es la protección de los datos privados de los ciudadanos que tanto afecta a derechos fundamentales pues forma parte de estos.

Como se ve, al Derecho privado le queda mucho campo por arar en el universo de la protección jurídica de la privacidad en defensa del derecho fundamental a la protección de datos personales de los ciudadanos y ser contrapeso del irrefrenable poder invasivo derivado del imparable negocio de los datos, para tratar de lograr una cosecha eficiente y productiva, no varada en difusos debates etéreos, sino en propuestas claras y audaces que no se dilaten en el tiempo. Lamentablemente, la evolución del Derecho civil del siglo XXI ya no puede operar con los sosegados tiempos del siglo XIX que permitían una codiciada calma reflexiva: ahora la velocidad del Derecho resulta vertiginosa al serlo, aún más, la tecnología que aborda y cambia nuestras vidas, restringiendo derechos y ocasionando daños, lo que exige más rápidas respuestas jurídicas.

El Derecho civil actual, para ser efectivo e inmediato, ha de operar ágilmente, sin perder de vista el artículo 8 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea<sup>43</sup>, al que nuestro pionero artículo 18.4 de la Constitución de 27 de diciembre de 1978, se adelantó casi cuarenta años indicando que: «la ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad (...) y el pleno ejercicio de sus derechos»<sup>44</sup>.

43. El artículo 8 de la Carta, bajo el título «*Protección de datos de carácter personal*», determina: «1. Toda persona tiene derecho a la protección de los datos de carácter personal que le conciernan. 2. Estos datos se tratarán de modo leal, para fines concretos y sobre la base del consentimiento de la persona afectada o en virtud de otro fundamento legítimo previsto por la ley. Toda persona tiene derecho a acceder a los datos recogidos que le conciernan y a obtener su rectificación. 3. El respeto de estas normas estará sujeto al control de una autoridad independiente». *Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea* proclamada el 7 de diciembre de 2000 y revisada el 17 de diciembre de 2007, que entró en vigor el 1 de diciembre de 2009 tras el Tratado de Lisboa, y desde entonces la Carta pasó a ser jurídicamente vinculante y ahora tiene la misma validez jurídica que los tratados de la Unión Europea. La versión consolidada se publicó en el Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE) de 14 de diciembre de 2007 (DO C 303), aunque incluyendo la actualización, en el DO C 202 de 7 de junio 2016, páginas 389-405.

44. Precepto constitucional patrio que incluso se adelantó al ulterior Convenio 108 para la protección de las personas con respecto al tratamiento automatizado de datos de carácter personal, hecho en Estrasburgo el 28 de enero de

No se sugiere un recorte de derechos, como advierten, con equivocado alarmismo, quienes propugnan el libertino tránsito de los datos –ojo, personales, privados e incluso íntimos–, sino establecer las bases para una serie de barreras jurídicas sólidas, bien depuradas, que impidan o dificulten su comercialización salvaje sin acreditar la presencia de las tres «c»: conocimiento, consciente y consentimiento, prestados libremente, con el efecto de tener que afrontar una indemnización reparadora, en caso de resultar dañados, para que respondan civilmente, e incluso de forma objetiva, en ciertos casos, aquellas empresas o instituciones que procesan, comercializan y se lucran con nuestros datos personales, frente a quienes hayan padecido graves daños o perjuicios.

La propia libertad de contratar se protege coartando el libertinaje contractual. Tampoco somos partidarios del intervencionismo mutilador de libertades, ni de ampliar las normas sancionadoras –muy abultadas y casi siempre inútiles– ni la creación –más allá de la fértil AEPD– de comités regulatorios (¿son todos realmente útiles? ¿quién nombra y fiscaliza al controlador?) de empresas de motores de búsqueda, redes sociales, robots, internet de las cosas y otras tantas actividades que operan con nuestros datos personales, sino de centrar la cuestión de los daños causados a los ciudadanos por el tratamiento de estos en el mejor marco jurídico posible dentro de la responsabilidad civil.

Y, claro está, todo lo anterior –y más circunstancias que todavía no conocemos– es aplicable, desde luego, a la otra ‘novísima’ invención que inunda la presente realidad social que hasta el momento ni siquiera hemos querido nombrar en las anteriores páginas, esto es, el tsunami digital que ya nos está arrollando en la casi totalidad de los aspectos de nuestras frágiles vidas digitales, como es el nuevo y tan adorado becerro de oro que parece constituir la tan nombrada *inteligencia artificial* (IA), en sus más variadas versiones, vendida por unos –sus creadores– como la piedra filosofal, o denostada por otros, como una plaga bíblica, que presidirá y cambiará, según auguran, este segundo cuarto del siglo XXI que ahora arrostramos con incertidumbre. Pero esa ya es otra historia... (o no).

---

#### Conflicto de intereses

En esta publicación no se presentó ningún conflicto de interés.

---

#### Financiación

Esta publicación no ha recibido ninguna ayuda o financiación.

---

1981 (BOE núm. 274, de 15 de noviembre de 1985), resultando ser el primer instrumento internacional jurídicamente vinculante adoptado en el ámbito de la protección de datos.