

La huella digital

José Manuel Huidobro



Revista Digital de ACTA

2020

Publicación patrocinada por



ACTA representa en CEDRO los intereses de los autores científico-técnicos y académicos. Ser socio de ACTA es gratuito.

Solicite su adhesión en acta@acta.es

La huella digital

© 2020, **José Manuel Huidobro Moya**

© 2020, 

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Se autorizan los enlaces a este artículo.

ACTA no se hace responsable de las opiniones personales reflejadas en este artículo.

LA HUELLA DIGITAL

Cuando se habla de huella digital en Internet nos referimos al rastro que dejamos al navegar e interactuar con la Red. Con la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), prácticamente, cualquier persona utiliza Internet para llevar a cabo gran parte de su actividad diaria, y el rastro que vamos dejando en aquellos lugares por los que navegamos o en las redes sociales en las que participamos, es lo que se conoce como huella digital.



Figura 1. La huella digital en Internet.

Pero no es solo cuando navegamos por Internet que vamos dejando un rastro. Hoy en día se puede decir que estamos perfectamente controlados en nuestros movimientos y también en muchos de nuestros actos cotidianos. Así, por nuestros móviles se puede conocer nuestra ubicación, como también por las cámaras situadas en las ciudades (calles, aeropuertos, carreteras, supermercados, bancos, locales comerciales, etc.) con reconocimiento facial o de matrículas; por otra parte, cada vez que hacemos uso de nuestra tarjeta de crédito para un pago, vamos a un cajero o accedemos a un edificio oficial, queda registrada nuestra presencia en el lugar.

INTRODUCCIÓN

Con el uso masivo de Internet se puede afirmar que todos somos ya usuarios de la Red (a nivel mundial, sobre una población de 7.800 millones, hay 4.500 millones de usuarios activos, de los que 3.900 acceden a la Red a través del móvil, siendo más a través de dispositivos móviles que fijos / datos de marzo de 2020), y la proliferación de las redes sociales como son Facebook, Youtube, Whatsapp, Twitter, Instagram, tumblr, LinkedIn, etc. la cantidad de información que cada usuario transfiere a/desde la red es inmensa y de todo tipo.



Figura 2. Diversas apps.

En la web <https://www.internetlivestats.com/> se puede ver las estadísticas en tiempo real del uso que se hace de Internet a través de las principales aplicaciones, así como otros datos de interés. Otra página en donde también se pueden consultar estadísticas muy completas sobre el uso de Internet por regiones geográficas es: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS 2019 Year-End Estimates						
World Regions	Population (2020 Est.)	Population % of World	Internet Users 31 Dec 2019	Penetration Rate (% Pop.)	Growth 2000-2020	Internet World %
Africa	1,340,598,447	17.2 %	526,374,930	39.3 %	11,559 %	11.5 %
Asia	4,294,516,659	55.1 %	2,300,469,859	53.6 %	1,913 %	50.3 %
Europe	834,995,197	10.7 %	727,814,272	87.2 %	592 %	15.9 %
Latin America / Caribbean	658,345,826	8.5 %	453,702,292	68.9 %	2,411 %	10.0 %
Middle East	260,991,690	3.9 %	180,498,292	69.2 %	5,395 %	3.9 %
North America	368,869,647	4.7 %	348,908,868	94.6 %	222 %	7.6 %
Oceania / Australia	42,690,838	0.5 %	28,775,373	67.4 %	277 %	0.6 %
WORLD TOTAL	7,796,615,710	100.0 %	4,574,150,134	58.7 %	1,167 %	100.0 %

NOTES: (1) Internet Usage and World Population Statistics estimates for Dec 31, 2019, as of Feb 29, 2020. (2) CLICK on each world region name for detailed regional usage information. (3) Demographic (Population) numbers are based on data from the [United Nations Population Division](#). (4) Internet usage information comes from data published by [Nielsen Online](#), by the [International Telecommunications Union](#), by [GfK](#), by local ICT Regulators and other reliable sources. (5) For definitions, navigation help and disclaimers, please refer to the [Website Surfing Guide](#). (6) The information from this website may be cited, giving the due credit and placing a link back to www.internetworldstats.com. Copyright © 2020, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Figura 3. Usuarios de Internet por regiones geográficas.

PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN

En la actualidad, nuestra vida y manera de comportarnos se está adaptando a los entornos digitales, sin reparar en la cantidad de información personal que vamos dejando al interactuar con los soportes electrónicos que utilizamos, principalmente smartphones y tabletas, navegar por Internet o participar en las redes sociales.



Figura 4. Nube de tags.

Cada vez que visitamos un sitio web, revelamos información personal: nuestra dirección IP, que puede incluir nuestra posición geográfica; el tipo de navegador y el sistema operativo que utilizamos.

El rastro que dejamos cuando utilizamos un ordenador es muy diferente al que dejan los teléfonos inteligentes y las tabletas, pues un navegador web estándar es muy diferente de las aplicaciones (*apps*) que utilizan los smartphones y las tabletas. Las aplicaciones se conectan directamente a los servicios en Internet, de hecho, también a otras aplicaciones o dispositivos, usando interfaces específicas, en contraste con las interfaces mucho más genéricas que utilizan los navegadores, y el desarrollador de la aplicación, controla qué información se envía a otros servicios o dispositivos, y puesto que no hay ninguna ley de privacidad o de protección de datos, que se aplique universalmente alrededor del mundo, los usuarios estamos desprotegidos.

Hay que ser conscientes de que todo lo que publiquemos en Internet permanecerá por largo tiempo en la red pese a que lo borremos, siendo este el primer paso para protegernos mediante una correcta configuración de nuestros perfiles públicos y así determinar lo que realmente queremos que otros sepan de nosotros.

Es por ejemplo, un error común entre los usuarios de redes sociales, creer que cuando subimos comentarios, fotos, vídeos, etc., a nuestros perfiles y luego, arrepentidos, los eliminamos, pensar que así han desaparecido, pero nada más lejos de la realidad, ya que esa información puede ser que haya sido copiada y almacenada en otros lugares, pudiendo así ser recuperable. Entramos en la red muy confiados, pensando que nadie nos ve, pero nuestra navegación deja un rastro.

Pero no solo son las redes sociales, sino las búsquedas que realizamos a través, por ejemplo de Google, las compras en sitios de venta on-line, las suscripciones a diversos contenidos, los comentarios y las reacciones que se hacen en las redes sociales, las llamadas a través de Skype, etc., todo esto ayuda a dibujar un retrato digital de una persona y genera una ingente cantidad de tráfico y, además, resulta que la mayor parte de las veces es "gratis", solamente pagamos por la conexión a Internet. Pero esto no es así, no hay nada en este mundo que se ofrezca gratuitamente, salvo excepciones, y si no pagamos por ello, pues resulta que el "producto" somos nosotros mismos, los datos sobre nosotros que volcamos en la Red, sobre nuestras costumbres, aficiones, localización, amistades, preferencias, etc., datos que no pueden tener mayor importancia para nosotros pero de los que otros se pueden beneficiar, que pueden monetizar, y eso es lo que hacen muchas empresas con los datos que recogen de la red, para realizar patrones de comportamiento, analizándolos, con técnicas de big data, para que tengan valor para otros.

Esa información y cierta pérdida de privacidad es el precio que pagamos por acceder a un servicio "gratuito". Si no pagamos por un servicio o suscripción, dicho servicio se monetiza utilizando la información que obtienen sobre nosotros; por ejemplo, esa información ayuda a las empresas a orientar los contenidos hacia mercados y consumidores específicos. En este sentido, el reciente RGPD (Reglamento General de Protección de Datos) europeo limitará el uso de nuestros datos de forma correcta.

Muchas veces, las empresas solicitan a las personas, por medio de los avisos de privacidad y las condiciones de uso, la identificación (al menos parcial, puesto que hay datos sensibles que por ley no pueden recabar) con fines mercadotécnicos. De esta manera pueden realizar una segmentación muy detallada, la cual es de gran utilidad al lanzar, por ejemplo, campañas de telemarketing, dirigidas a un público objetivo y no a otro.

Algunas empresas, consultores de reputación en línea, ayudan a las empresas y particulares a asegurarse de que sus cuentas de Instagram, Twitter, Facebook, etc. no levanten banderas rojas en primer lugar o a amortiguar sus efectos negativos, cuyos servicios pueden ser contratados por los interesados.



Figura 5. Acceso a Internet desde diversos terminales.

En el mundo de la publicidad hay tres actores principales que trabajan juntos para crear perfiles compuestos: los anunciantes, los agregadores y los editores.

- **Editores:** se refiere a las empresas que publican anuncios en línea, para lo cual combinan anuncios con el contenido de diferentes páginas web, juegos, etc.
- **Anunciantes:** las empresas que comercializan productos y servicios, que tienen algo que nos quieren vender. En muchos casos, los anunciantes trabajan directamente con los editores.
- **Agregadores (brokers) de datos:** recopilan información anónima de sus socios y la utilizan para dirigir los anuncios al público objetivo. Los servicios en línea no son realmente gratuitos y nunca lo han sido. Hoy en día Internet se financia gracias a una poderosa fuerza económica: el marketing.

La frase que se utiliza para describir esta situación es la siguiente: "Si usted no está pagando por el producto, usted ES el producto."

Las redes sociales ponen a nuestra disposición la opción de compartir contenidos de todo tipo con nuestros contactos, pero hay que prestar mucha atención a aquello que publicamos bajo nuestro nombre. Reconocer la propiedad intelectual de los contenidos que compartimos es fundamental, así como prestar atención a las normas y regulaciones del contenido para no cometer ninguna ilegalidad.

Por otro lado, existen un conjunto de licencias de derechos de autor que permiten copiar, distribuir, editar e incluso desarrollar contenido, siempre dentro de los límites de la propiedad intelectual. A este conjunto de licencias se les conoce como "Creative Commons" (CC). Gracias a un buscador, se puede encontrar contenido que puede ser copiado, distribuido, editado y hasta modificado, estando siempre dentro de los límites de propiedad intelectual.

Algunas consideraciones a tener en cuenta al publicar en redes sociales, publicadas por la Oficina de Seguridad del Internauta (OSI) en su página web:

¿Cómo nos puede afectar negativamente una publicación en las RRSS?

Generar contenido y compartirlo entre los usuarios es el objetivo principal de una red social, sin embargo, tenemos que tener claro que cuando publicamos algo en las redes sociales, dejamos de tener control sobre esa información.

Existen cierto tipo de publicaciones que pueden afectarnos negativamente y que además no forman parte del propósito real de una red social. Hablamos, por ejemplo, de:

1. **Publicaciones ofensivas o comentarios negativos:** aunque nos encontremos al otro lado de la pantalla, esto no significa que nuestras acciones no tengan consecuencias. Insultar o amenazar a través de las redes puede ser delito y realizar publicaciones ofensivas puede volverse en nuestra contra en el ámbito personal y/o profesional.
2. **Ciberacoso:** burlas, humillaciones, insultos, difusión de mentiras y rumores, etc. Se debe denunciar si se es testigo o víctima de ciberacoso ante las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado o a las propias redes sociales.
3. **Quejas laborales:** muchas empresas revisan las redes sociales de sus trabajadores con el objetivo de evitar que compartan contenido inapropiado o que perjudique a la reputación de la empresa. ¿Qué pasa si lo que publicamos no les gusta?
4. **Fotos inapropiadas:** si subimos una fotografía a una red social, perdemos el control sobre ella. Además, fotografías o vídeos "comprometedores" pueden llegar a manos de terceras personas que las utilicen para chantajearnos, extorsionarnos o perjudicarnos.
5. **Propagación de noticias falsas o "fake news":** no nos creamos que todo lo que vemos en las redes sociales o Internet es cierto. Antes de publicar una noticia debemos comprobar sus fuentes y hacer una búsqueda rápida por la Red para asegurarnos de que no está etiquetada como "fake new". Compartir bulos o estafas puede afectar negativamente a nuestra reputación en la Red.

Por tanto, no solo debemos ser cuidadosos con lo que publicamos, con la información que compartimos con los sitios web que visitamos y la que volcamos en Internet, que no es de por sí una red segura, etc., sino que, además, hemos de tener en cuenta no dar más datos sobre nosotros de los que conscientemente estemos dispuestos a ceder, ni volcar información comprometida como, por ejemplo, número de teléfono, correo electrónico, domicilio, ubicación actual, fotos de menores o en circunstancias no apropiadas, u otra cualquiera que pueda afectar a nuestra reputación, ya que esa información deja un rastro, permanece en los servidores de la Red y cualquiera, con medios técnicos no muy sofisticados, puede tener acceso a ella y utilizarla indebidamente haciendo un uso malicioso en muchas ocasiones. Esa información, que en nuestra actividad cotidiana vamos dejando, no es fácil hacerla desaparecer, puesto que, aunque la borremos o nos demos de baja en los servicios a los que estamos suscritos, eso no es garantía de su desaparición y, seguramente, permanece replicada en otros muchos sitios, de los que ni sabemos ni sobre los que tenemos posibilidad de actuar.

CÓMO INTENTAR BORRAR NUESTRO RASTRO

Por razones de privacidad resulta altamente recomendable eliminar nuestros datos de todos aquellos sitios web que ya no vamos a utilizar. Nuestro nombre, correo electrónico, incluso dirección y teléfono son datos que a menudo cedemos ante un registro y que por nuestra seguridad no deberíamos dejar allí si ya no necesitamos hacer uso de su servicio. A veces no son solo razones de privacidad la que nos mueven a eliminar definitivamente nuestros datos de registro, también puede deberse a la incomodidad de recibir molestos mensajes (*spam*) procedentes de lugares que ya no nos interesan.

Borrar nuestra huella digital es una ardua tarea, además de que en ningún caso se puede garantizar que esta información no deseada desaparezca por completo.

Aunque nosotros mismos borremos una publicación, los proveedores de servicios de las aplicaciones se reservan parte de nuestra información. Y estas publicaciones no solo dependen de nosotros, sino también de nuestros amigos y conocidos en redes sociales que pueden etiquetarnos

o publicar información personal, de ahí la importancia de configurar una correcta política de privacidad (en la medida que se nos permite) en los perfiles que tenemos activos en nuestras aplicaciones.



Figura 6. Rastro que dejamos cuando navegamos por Internet.

Existen diversos artículos en Internet que ofrecen una serie de consejos acerca de cómo podemos hacer desaparecer nuestro rastro de la red, pero quizás lo más sensato sea hacer un correcto uso de las redes sociales e Internet aplicando unas correctas políticas de privacidad en nuestros perfiles y teniendo en cuenta algún que otro consejo, como los proporcionados por la Oficina de Seguridad del Internauta, cuya página web es accesible en: <https://www.osi.es/es>. En ella podemos encontrar muchos consejos acerca de cómo actuar, y a través de ella, en su sección de Recursos, nos podemos descargar gratuitamente la "Guía de seguridad y privacidad de Internet", la "Guía de compras seguras en Internet" y la "Guía para aprender a identificar fraudes online", además de tener acceso a una serie de herramientas gratuitas para proteger nuestros dispositivos.



Figura 7. Teléfono del INCIBE. Instituto Nacional de Ciberseguridad.

Los usuarios pueden, por si mismos, tratar de hacer desaparecer el rastro que han ido dejando por Internet a lo largo del tiempo, pero eso es una labor complicada, que lleva tiempo y esfuerzo. También, pueden acudir a empresas especializadas en borrar nuestro rastro de la Red, contando con conocimiento y medios específicos. Pero como siempre, lo mejor es prevenir, utilizar el sentido común, configurar las opciones de privacidad y gestionar las cookies en nuestros navegadores y, en algunos casos, utilizar la navegación anónima o herramientas específicas para mejorar la privacidad. Las huellas digitales en forma de cookie se utilizan para aumentar la usabilidad de Internet y, también, pueden ayudar a mejorar la experiencia de usuario y a que las transacciones individuales sean más seguras.



Figura 8. Pasos a seguir para borrar la huella digital.

Empresas especializadas en borrado de datos

Lograr que desaparezcamos de las bases de datos que recopilan información personal desde varias fuentes tiene un precio. O bien nosotros mismos iniciamos un proceso laborioso de rastreo para localizar y tratar de borrar nuestros datos personales, o nos ponemos en contacto con empresas especializadas en estas labores para que sean ellas las que lo hagan, pagando por ese trabajo.

Entre las mejores opciones gratuitas para darnos de baja en toda clase de servicios se encuentran Justdelete.me y deseate.me

Justdelete.me, es una página que proporciona información clara y precisa de cómo eliminar definitivamente nuestra cuenta de muchos de los servicios y redes sociales más conocidas. Este sitio web nos ofrece un listado muy extenso de servicios web en el que nos indica el modo de eliminar nuestra cuenta para cada uno de ellos, lo clasifica en colores según la dificultad, nos muestra una pequeña explicación de cómo hacerlo e incluso en muchos casos nos facilita un enlace para ir directamente a la página adecuada. Incluso han creado una extensión para el navegador Chrome que facilita bastante el proceso: basta con que estemos en la web en la que queremos darnos de baja para que nos lleve al apartado dónde podemos hacerlo.



Figura 9. Justdeleme.me

Otro servicio bastante efectivo y gratuito pensado para eliminar nuestras cuentas en diversos servicios es deseate.me. El sitio muestra la cantidad de webs en las que nos hemos registrado usando cuentas de Google Gmail y Microsoft Outlook; al introducir nuestro correo electrónico de Google o de Outlook el servicio rastrea infinidad de servicios en los que nos dimos de alta con nuestra cuenta de Google o de Microsoft. El método para borrar nuestros datos es muy sencillo: vamos revisando una lista de webs en que tienen nuestros datos para eliminarlos. Aunque hay algunos casos en los que deseate.me crea una carta para darnos de baja que podemos solicitar que se envíe desde nuestro correo electrónico.



Figura 10. Algunos servicios ofrecidos por empresas.

Como algo curioso, comentar que algunas compañías de seguros han puesto a disposición de sus clientes del seguro de decesos el servicio de borrado digital, con el que se puede solicitar la eliminación de la huella digital en Internet en caso de fallecimiento del asegurado.

Si lo que buscamos es hacer un borrón y cuenta nueva en Internet, es conveniente tomar medidas más drásticas, como, por ejemplo, cambiar de número de teléfono y de dirección de correo electrónico, pues son dos importantes fuentes para obtener información sobre nosotros. Si hacemos todo esto es posible que todavía queden huellas nuestras en la red, pero su impacto será ya mucho menor. Muchas de las aplicaciones las podremos conservar aunque accedamos a ella a través de otros teléfonos o cuentas de correo, simplemente cambiando los parámetros de nuestro perfil como usuario.

Como borrar nuestra huella en las redes sociales

A continuación se muestra cómo borrar nuestra huella digital en algunas redes sociales.

Twitter

Si queremos borrar la cuenta de Twitter solo hay que entrar en su página web y pulsar en el logotipo situado a la derecha y seleccionar la opción "Configuración y privacidad > Cuenta > Desactivar mi cuenta". Al seguir estos pasos aparecerá un mensaje de confirmación que habrá que aceptar. Si se desea eliminarla de manera permanente habrá que pulsar sobre el mensaje «borrar definitivamente». Si no pulsas sobre este mensaje, la cuenta se desactivará durante 30 días y, pasado ese periodo, se eliminará definitivamente.

Facebook

Eliminar la cuenta de Facebook tampoco es difícil. Basta con entrar en su web con nuestra cuenta y accedemos a: "Cuenta > Configuración de cuenta > seguridad > Desactivar la cuenta > Editar (justo a la derecha)". Aparecerá un mensaje en el que tendremos que elegir por qué queremos suspenderla, y tras ello nos pedirá que confirmemos este paso con nuestra contraseña y por ultimo, pulsamos en "Desactivar". La cuenta se eliminará definitivamente pasados 3 meses.

Youtube

Eliminar una cuenta de Youtube es muy sencillo. Solo hay que iniciar sesión y, en la esquina superior derecha, pulsar sobre tu cuenta: "Configuración > Descripción general > Nombre de canal > Avanzadas > Eliminar canal". Nos pedirá la contraseña para confirmar la eliminación y pulsamos sobre "Eliminar todo el contenido de forma permanente".

Instagram

También es muy sencillo. Tras iniciar sesión aparecerá un menú desplegable para elegir el motivo de la baja; este paso es necesario para que nos aparezca la opción de «Eliminar mi cuenta permanentemente». Una vez hecho esto, ya no tendremos que preocuparte más por Instagram.

Linkedin

Para borrar la cuenta hay que iniciar sesión. Una vez dentro, pulsamos sobre nuestro nombre y aparecerá un menú desplegable: "Privacidad y configuración > Cuenta > Cerrar cuenta". Nos pedirá un motivo y la verificación de datos, tras completar pulsamos en "Verificar cuenta > Cerrar cuenta". Tendrán que pasar 72h para que la cuenta se cierre definitivamente.

Google

La Búsqueda de Google muestra información que se ha recogido de sitios web. La mejor forma de retirar la información personal de los resultados de búsqueda de Google es contactar con el propietario del sitio web que la haya publicado. Si la retira, Google no encontrará la información para incluirla en los resultados de búsqueda. Si el propietario del sitio web no la retira, Google retirará determinados tipos de información personal sensible.

Cuando navegamos por la Red nos pueden surgir las dudas sobre las ventanas emergentes que nos aparecen para poder seguir visitando cierta página web, muchas veces las aceptamos pero otras conviene eliminar las cookies y eso se hace directamente en el navegador, ya sea Google Chrome, Mozilla, Internet Explore, Safari, etc.

Derecho al olvido

La ley permite solicitar la retirada de datos personales indexados en una página en Google. Se trata de lo que se conoce como "derecho al olvido", y se articula con un formulario que deberemos rellenar para pedir el borrado digital de esta información. El mismo procedimiento también se aplica en otros buscadores, como, por ejemplo, Bing.

Ante la captación de nuestros datos por las aplicaciones y servicios de Internet, existe lo que comúnmente suele denominarse como "derecho al olvido", que, más allá de las preocupaciones personales, se ha convertido en una cuestión de tal magnitud que las distintas administraciones han tenido que incorporarlo en un capítulo especial de sus normativas sobre protección de datos.

La Agencia Española de Protección de Datos (APD) www.aepd.es/es lo define como "El derecho a solicitar, bajo ciertas condiciones, que los enlaces a tus datos personales no figuren en los resultados de una búsqueda en Internet realizada por tu nombre". En el mismo, se incluye "...el derecho a limitar la difusión universal e indiscriminada de datos personales en los buscadores generales cuando la información es obsoleta o ya no tiene relevancia ni interés público, aunque la publicación original sea legítima (en el caso de boletines oficiales o informaciones amparadas por las libertades de expresión o de información)".



Figura 11. Aplicaciones más usuales de Internet.

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha sentado también jurisprudencia al respecto cuando reconoció, en una sentencia del año 2014, el derecho de los ciudadanos a pedir a un buscador que borre los enlaces a información personal que ya no es pertinente, aunque sea cierta y pública. Es el denominado "derecho al olvido" en Internet que consiste en el derecho que tiene cualquier persona para que sus datos personales o información desfasada se borre.

Hay que recordar, sin embargo, que la libertad de expresión e información limita este derecho a personas anónimas, y no afecta a los personajes públicos, que solamente podrán pedir la supresión de noticias, comentarios y opiniones cuando éstas hayan incurrido claramente en delito. Pero los buscadores no están obligados a retirar todo cuanto les soliciten los afectados, sino únicamente el acceso directo a aquellas informaciones que se consideren lesivas y no se justifiquen por el interés público ni por la relevancia de la persona afectada.

En algunas ocasiones dejamos nuestra huella digital deliberadamente al realizar nuestra actividad en la red. Un ejemplo claro es cuando nos conectamos a un servicio de gestión de proyectos on-line, y toda nuestra actividad que está conectada a nuestro usuario es también parte de nuestra huella digital, aunque no esté accesible públicamente.

Hay que tener en cuenta que borrar por completo la huella digital es prácticamente imposible porque, tal y como se ha comentado, aunque borremos aquel contenido que ya no queramos que esté en la red, siempre existen registros de este. Lo que sí podemos y debemos hacer es utilizar de forma adecuada las redes, siendo conscientes de que todo lo que publicamos en Internet permanecerá por años en la red pese a que en algún momento lo borremos.

Hay un interesante estudio sobre este tema, realizado por la AEPD, titulado "Fingerprinting o Huella digital del dispositivo", que puede descargarse en formato PDF de su página web:

<https://www.aepd.es/sites/default/files/2019-09/estudio-fingerprinting-huella-digital.pdf>