

ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA  
INFORMÁTICA  
GRADO EN INGENIERÍA DE COMPUTADORES

**RIESGOS DE LAS REDES SOCIALES INFORMÁTICAS**  
**INTERNET SOCIAL NETWORK RISKS**

Realizado por  
**JOSÉ JIMÉNEZ MESA**  
Tutorizado por  
**ANTONIO JESÚS NEBRO URBANEJA**  
Departamento  
**LENGUAJES Y CIENCIAS DE LA COMPUTACIÓN**

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA  
MÁLAGA, JULIO 2014

Fecha defensa:  
El Secretario del Tribunal

## Resumen

En los últimos años hemos asistido a un fuerte y sostenido auge de las redes sociales creadas para fomentar las relaciones personales y la compartición de información personal a través de internet. El presente trabajo de investigación teórica se centra en analizar los riesgos que un uso masivo e irrestricto de las redes sociales suponen para sus usuarios, la motivación que les lleva a tales prácticas y el nivel de conocimiento que los usuarios tienen de los riesgos asociados. Para ello se ha realizado una revisión sistemática y un meta-análisis de los estudios y trabajos realizados más representativos, tanto de estudios académicos pioneros como de otros más recientes y de instituciones gubernamentales, intentando llegar a una generalización integradora respecto a los objetivos perseguidos, para concluir finalmente que su uso indiscriminado y la publicación de datos de carácter personal suponen importantes riesgos para la privacidad, intimidad y seguridad de los usuarios, sobre todo de los menores y jóvenes.

**Palabras Clave:** Redes sociales, motivaciones, privacidad en internet, seguridad en internet, protección de datos personales, conciencia de riesgos.

## Abstract

In last years we have witnessed an increasing and sustained boom of social networks created to promote personal relationships and personal information sharing through the Internet. This paper focuses on analysing the risks involved on a massive and unrestricted use of online social networks, people motivations behind this behaviour and social network risks awareness. For this purpose a systematic revision and a meta analysis have been conducted on the most representative investigation papers, from the academic pioneers to the most recent ones with a special focus on those coming from official institutions, trying to achieve a generalization of integration related to the pursuit objectives, to finally conclude that an indiscriminate use of online social networks when sharing publicly personal data information implies an important risk for privacy, intimacy and security of users, specially for children and teenagers.

**Keywords:** Social networks, motivations, internet privacy, internet security, personal data protection, risk awareness.

# ÍNDICE DE CONTENIDO

---

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1	MOTIVACIÓN.....	1
1.2	OBJETIVOS DEL TRABAJO .....	2
1.3	METODOLOGÍA DEL TRABAJO.....	2
1.4	ESTRUCTURA DEL TRABAJO.....	3
<b>2</b>	<b>CONTEXTO Y ESTADO DEL ARTE.....</b>	<b>5</b>
2.1	CONTEXTO .....	5
2.1.1	<i>Concepto de redes sociales .....</i>	<i>5</i>
2.1.2	<i>Tipología de las redes sociales .....</i>	<i>7</i>
2.1.3	<i>Cadena de valor en las redes sociales .....</i>	<i>8</i>
2.1.4	<i>Modelo de negocio en las redes sociales .....</i>	<i>9</i>
2.1.5	<i>Evolución e impacto de las redes sociales .....</i>	<i>11</i>
2.2	ESTADO DEL ARTE.....	17
2.2.1	<i>Estudios académicos pioneros .....</i>	<i>17</i>
2.2.2	<i>Estudios recientes.....</i>	<i>19</i>
2.2.3	<i>Estudios gubernamentales.....</i>	<i>23</i>
2.2.4	<i>Guías de ayuda.....</i>	<i>26</i>
<b>3</b>	<b>DESARROLLO ESPECÍFICO DE LA CONTRIBUCIÓN.....</b>	<b>31</b>
3.1	DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN .....	31
3.2	DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS .....	32
3.2.1	<i>Privacidad y seguridad en el uso de las redes sociales .....</i>	<i>33</i>
3.2.2	<i>Motivaciones de los usuarios al usar las redes sociales .....</i>	<i>43</i>
3.2.3	<i>Conciencia de los usuarios del riesgo en las redes sociales.....</i>	<i>44</i>
<b>4</b>	<b>CONCLUSIONES Y TRABAJO FUTURO .....</b>	<b>53</b>
<b>5</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>57</b>

# ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

---

Figura 1: Ejemplo de una representación gráfica de una red social .....	5
Figura 2: Cadena de valor en las redes sociales .....	9
Figura 3: Variables del modelo de negocio en las redes sociales .....	10
Figura 4: Evolución de los usuarios de Internet en España .....	12
Figura 5: Uso de Internet móvil en España por franjas de edad .....	13
Figura 6: Impacto de las redes sociales en las relaciones de los usuarios españoles .....	14
Figura 7: Penetración de diferentes redes sociales en España .....	15
Tabla 1: Penetración de diferentes redes sociales a nivel mundial .....	15
Figura 8: Usuarios activos de Facebook, en millones, desde su creación .....	16
Figura 9: Motivos por los que los internautas españoles no se registran en las redes sociales .....	17
Figura 10: Frecuencia de uso x cuota de tiempo en las redes sociales en España 2012 .....	22
Figura 11: Uso de las redes sociales en los adolescentes españoles de 14 a 17 años .....	23
Figura 12: Nuevas amenazas a la seguridad en Internet .....	25
Figura 13: Revelación de información personal en las redes sociales .....	36
Figura 14: Tipo de información publicada en las redes sociales .....	37
Figura 15: Publicación de datos personales en 2006 y 2012 en adolescentes de EE.UU. ....	37
Figura 16: Publicación de datos personales en España en 2012 .....	38
Figura 17: Tipos de "amigos" en Facebook en adolescentes de EE.UU. ....	39
Figura 18: Privacidad del perfil de Facebook en adolescentes de EE.UU. ....	40
Figura 19: Nivel de privacidad del perfil en España en 2012 .....	40
Figura 20: Incidencias ocurridas a causa de las redes sociales .....	41
Figura 21: Candidatos a un puesto de trabajo que han sido rechazados por su perfil social .....	42
Figura 22: Motivaciones para las principales redes sociales en España 2013 .....	44
Figura 23: Percepción de la seguridad en la protección de datos personales en Internet .....	46
Figura 24: Percepción de anonimato en Internet .....	47
Figura 25: Grado de preocupación con respecto a la privacidad en Internet .....	48
Figura 26: Conocimiento de la utilización de la información publicada en su perfil .....	48
Figura 27: Conocimiento del uso de la red social de la información de perfiles eliminados .....	49
Figura 28: Conocimiento de cómo comparte la red social la información con otras empresas .....	50
Figura 29: Importancia de la privacidad en internet .....	51

# 1 Introducción

## 1.1 Motivación

Las redes sociales, entendidas como las relaciones entre personas que forman parte de un mismo grupo social, son tan antiguas como la propia humanidad, pues el deseo y necesidad de mantener relaciones personales con otros individuos de la misma especie que puedan ser considerados como afines en función de diferentes criterios y respondiendo a distintas motivaciones, es algo consustancial a nuestra propia naturaleza y juega un importante papel, tanto en la estructura de una sociedad como para el desarrollo personal de cada individuo.

Desde que el acceso a Internet se ha democratizado y hecho accesible a un gran número de personas de los países desarrollados, si bien aún no alcanza a dos tercios de la humanidad, la limitación geográfica prácticamente ha desaparecido como criterio a la hora de que unas personas se interrelacionen con otras y de esta forma las redes sociales informáticas se han hecho globales a nivel mundial pero también han adquirido una nueva característica, la de la virtualidad. De esta forma las relaciones interpersonales, al no basarse en un contacto físico presencial, sino en un contacto a distancia a través de Internet e imposible de verificar en su veracidad, presentan una sensación de realidad, que a veces lo es sólo de forma aparente.

Vivimos en estos momentos en pleno auge de las redes sociales virtuales globales y desde todos los ámbitos se incentiva su uso masivo e indiscriminado. La presión para incorporarse a dichas redes sociales no sólo se ejerce a través de los omnipresentes medios de comunicación de masas, sino que los propios individuos que se hacen usuarios de las redes sociales, presionan a las personas de su entorno cercano para que se unan a ellos.

Y mientras se alaba y promueve incesantemente su uso, rara vez se advierte de sus riesgos y se desecha toda actitud crítica ante el fenómeno, presentándose como si se tratase de una nueva fase tecnológica inevitable de la evolución humana.

En paralelo a la proliferación de medios técnicos de comunicación interpersonal como nunca han existido en la historia de la humanidad, se constata una fuerte tendencia al individualismo, aislamiento personal y a la soledad del individuo, lo que se contrapone

dramáticamente a la abundancia y supuestos beneficios de la interrelación personal virtual derivada del uso de las redes sociales.

Por otro lado cuando las legislaciones se han ido revisando en los últimos años para incorporar una protección cada vez mayor de los datos sensibles de las personas en poder de administraciones y empresas, surgen poderosas multinacionales que construyen sitios en la Web de uso social y gratuito pero que cimientan sus beneficios en el amplio uso de los datos personales que sus usuarios suministran.

## **1.2 Objetivos del trabajo**

El presente trabajo de investigación teórica pretende aportar un análisis crítico al uso indiscriminado de las redes sociales informáticas y para ello propone como hipótesis principal de la investigación el análisis de los riesgos que sobre el individuo y sobre la sociedad puede tener un uso indiscriminado y masivo de las redes sociales a través de internet, así como el nivel de conocimiento que los usuarios tienen de los mismos.

Para desarrollar la hipótesis principal se plantean los siguientes objetivos de investigación:

1. Analizar las implicaciones que sobre la privacidad y seguridad tiene la publicación y cesión de datos personales a las compañías que gestionan las redes sociales, así como al resto de usuarios de las mismas.
2. Averiguar cuáles son las principales motivaciones de los usuarios al usar las redes sociales.
3. Comprobar si los usuarios de las redes sociales son conscientes de los riesgos que les puede suponer el uso no restrictivo de las redes sociales.

## **1.3 Metodología del trabajo**

El presente trabajo se encuadra en la categoría de investigación teórica.

Para desarrollarlo se realizará una revisión sistemática y un meta-análisis de diferentes trabajos de investigación y estudios previos realizados en los últimos 10 años sobre los objetivos perseguidos realizando una síntesis de lo ya investigado intentando llegar a una generalización integradora respecto a esos objetivos específicos.

## **1.4 Estructura del trabajo**

El trabajo está estructurado en un análisis detallado del contexto de las redes sociales, su definición, tipología, características, el modelo de negocio empresarial que las desarrolla y un repaso a su evolución e impacto en la sociedad española y mundial, todo lo cual se presenta en el primer apartado del segundo capítulo.

En el segundo epígrafe del segundo capítulo se hará un repaso a los estudios académicos seleccionados para los objetivos del estudio, tanto de los trabajos pioneros de más relevancia como de los más recientes y haciendo especial hincapié en los trabajos procedentes de las instituciones gubernamentales y las guías de ayuda elaboradas con objeto de potenciar el buen uso de las redes sociales y mitigar sus riesgos.

En el tercer capítulo se pasará a presentar detalladamente los métodos de investigación utilizados y los resultados conseguidos para cada uno de los objetivos de la investigación.

Finalmente en el capítulo cuarto se presentarán las conclusiones y posibilidades de trabajo futuro, y en el quinto capítulo se listarán las referencias bibliográficas consultadas.



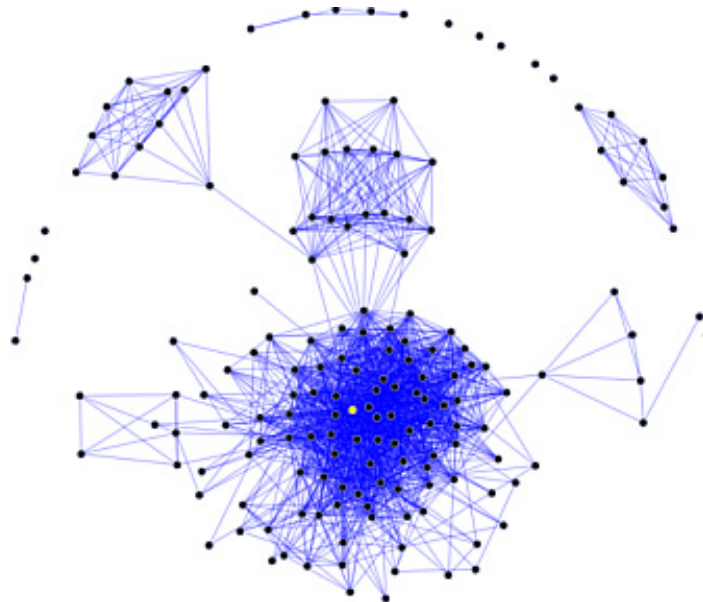


## 2 Contexto y estado del arte

### 2.1 Contexto

Dentro del contexto del estudio sobre los riesgos de las redes sociales informáticas en primer lugar se definirán y caracterizarán las redes sociales, los principales modelos de negocio del sector y se situarán estas en el contexto de su evolución y el impacto que han ido teniendo, tanto en la sociedad española como a nivel mundial.

#### 2.1.1 Concepto de redes sociales



*Figura 1: Ejemplo de una representación gráfica de una red social <sup>1</sup>*

El concepto de red social ha sido ampliamente analizado por profesionales de diferentes sectores, en especial en las Ciencias Sociales, y ha sido objeto en el último siglo de diferentes análisis incluyendo su representación gráfica a partir de la teoría matemática de grafos, como se aprecia en el ejemplo de la Figura 1, pero lo cierto es que sobre el concepto de red social no existe en la actualidad una definición comúnmente aceptada por los investigadores y profesionales implicados.

---

<sup>1</sup> Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/Red\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social).

De las definiciones analizadas en el estudio del INTECO (2009) [9], cabe destacar la siguiente:

*"Las redes son formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos."*

En el mismo estudio se aclara que conviene distinguir entre una red social tradicional y una red social informática virtual o también llamada en línea (del inglés *online*), proponiendo como definición de ésta última:

*"Las redes sociales online son servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil, desde el que hacer públicos datos e información personal y que proporcionan herramientas que permiten interactuar con otros usuarios y localizarlos en función de las características publicadas en sus perfiles "*

En el mismo estudio se citan como **claves de su éxito**:

- El modelo de crecimiento se basa fundamentalmente en la técnica popularmente conocida como "boca a boca" o proceso viral, en el que un número inicial de participantes invita a sus conocidos a unirse a la red social y los nuevos participantes repiten el proceso, incrementándose rápidamente el número total de miembros. De esta forma la presión social por parte de unos individuos sobre los de su entorno sea hace cada vez mayor hasta que logran el objetivo de incorporarlos a la red.
- Ofrecen aplicaciones y funcionalidades diversas que se fundamentan en tres variables conocidas como "las 3 Cs":
  - Comunicación (contribuyen a la puesta en común de conocimientos).
  - Comunidad (contribuyen a encontrar e integrar comunidades).
  - Cooperación (contribuyen a realizar actividades colaborativas).

## 2.1.2 Tipología de las redes sociales

Siguiendo el trabajo del INTECO (2009) [9], las **características** más destacables de las redes sociales virtuales son:

- Tienen como propósito principal poner en contacto e interrelacionar a personas de forma sencilla y rápida.
- Permiten la interacción entre todos los usuarios, ya sea compartiendo información, facilitando el contacto directo o proponiendo nuevos contactos de interés.
- Fomentan la posibilidad de que los usuarios inicialmente contactados a través de Internet acaben entablando un contacto real.
- Impulsan un contacto entre usuarios ilimitado, al poder comunicar desde y hacia cualquier lugar, así como en cualquier momento, con la única condición de que ambas partes acepten relacionarse entre sí.
- Fomentan la difusión viral de la red social, a través de cada uno de los usuarios que la componen, empleando este método como principal forma de crecimiento del número de usuarios.

En cuanto a **tipos** de redes sociales cabe distinguir, según su finalidad, dos grandes grupos:

- Redes sociales generalistas o de ocio.
- Redes sociales profesionales.

Dentro de las **redes sociales generalistas** o de ocio cabe a su vez distinguir varias subcategorías, según la temática de las mismas:

- Redes sociales basadas en perfiles personales, como Facebook, Google+, Badoo, Windows Live o Tuenti, entre otras.
- Redes sociales de intercambio de contenidos e información, como YouTube, MySpace, Flickr, Instagram, Pinterest, Slideshare o SoundCloud, entre otras.
- Redes sociales de *microblogging*, que permiten a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves que pueden ir acompañados de material multimedia, como Twitter o Tumblr, entre otras.

En cuanto a las **redes sociales profesionales**, están creadas y diseñadas con la finalidad de establecer contactos profesionales con otros usuarios, siendo la más popular LinkedIn.

Los beneficios que este tipo de redes sociales de carácter profesional no son exclusivamente como herramienta complementaria en un proceso de búsqueda o promoción laboral para el empleado o de selección de personal para el caso del empleador, sino que además resultan especialmente atractivas como alternativa de negocio, ya que permiten:

- La realización de acciones de marketing personalizado.
- La creación de servicios avanzados de pago por suscripción.
- La publicación de contenidos destacados y la promoción de contenidos propios.

### 2.1.3 Cadena de valor en las redes sociales

Continuando con el estudio del INTECO (2009) [9], como paso previo al análisis del modelo de negocio de las redes sociales conviene conocer los diferentes elementos que integran su **cadena de valor**, además de la propia red social y sus usuarios, que se relacionan según se representa en la Figura 2:

- **Proveedores de Servicios de Internet** (o ISP). Son aquellas entidades encargadas de proporcionar a las redes sociales la tecnología necesaria (servidores, conectividad, ancho de banda, etc.), garantizando que cualquier usuario pueda acceder a dichas redes.
- **Empresas de marketing y publicidad online**. Son las organizaciones encargadas de realizar y gestionar las campañas publicitarias y las estrategias comerciales que la red social va a emplear para maximizar los beneficios de la monetización de la red social a largo plazo de manera sostenible.
- **Empresas desarrolladoras de aplicaciones**. Deciden qué tipo de aplicaciones van a desarrollarse, así como el perfil del usuario al que van destinadas.

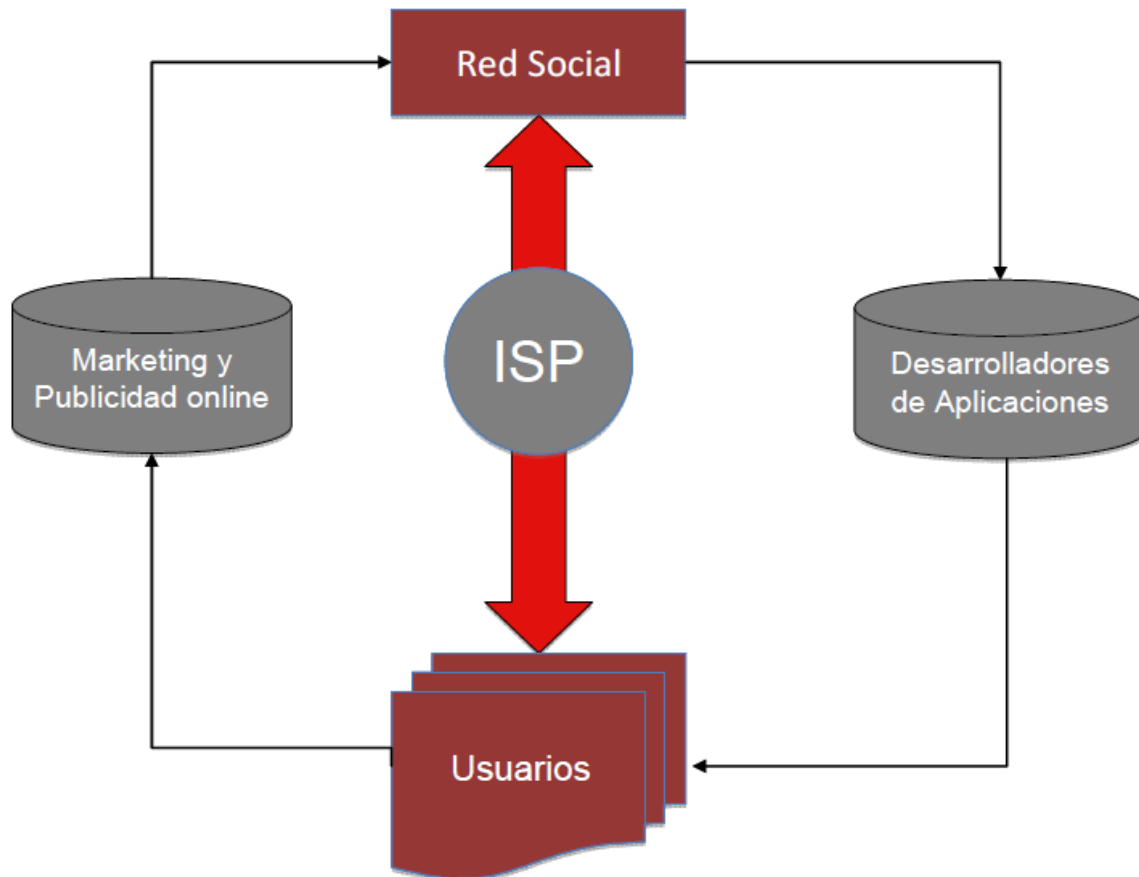


Figura 2: Cadena de valor en las redes sociales<sup>2</sup>

#### 2.1.4 Modelo de negocio en las redes sociales

De acuerdo con INTECO (2009) [9], el principal reto que afronta inicialmente el modelo de negocio de una red social informática de acceso gratuito es alcanzar un número crítico de usuarios y una vez conseguido se entra en la fase de explotación y obtención de ingresos que provienen de las siguientes variables económicas del modelo de negocio y cuyo peso se aprecia en la Figura 3:

- **Publicidad:** supone la principal fuente de ingresos y puede estar basada en el comportamiento de los usuarios dentro de la plataforma.

<sup>2</sup> Fuente: Privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales [9].

- **Suscripción *premium***: la plataforma tiene dos tipos de contenidos, los gratuitos y para una versión más completa, más avanzada o con más aplicaciones, el usuario se tiene que suscribir a las opciones de pago.
- **Donativos**: los usuarios, de forma espontánea, realizan donativos por medio de instrumentos similares al servicio de PayPal para el mantenimiento de la plataforma.
- **Pago por uso**: cuando el usuario quiera acceder a determinadas herramientas tendrá que pagar por su uso, mediante mensajes *premium* de móvil o servicios PayPal.

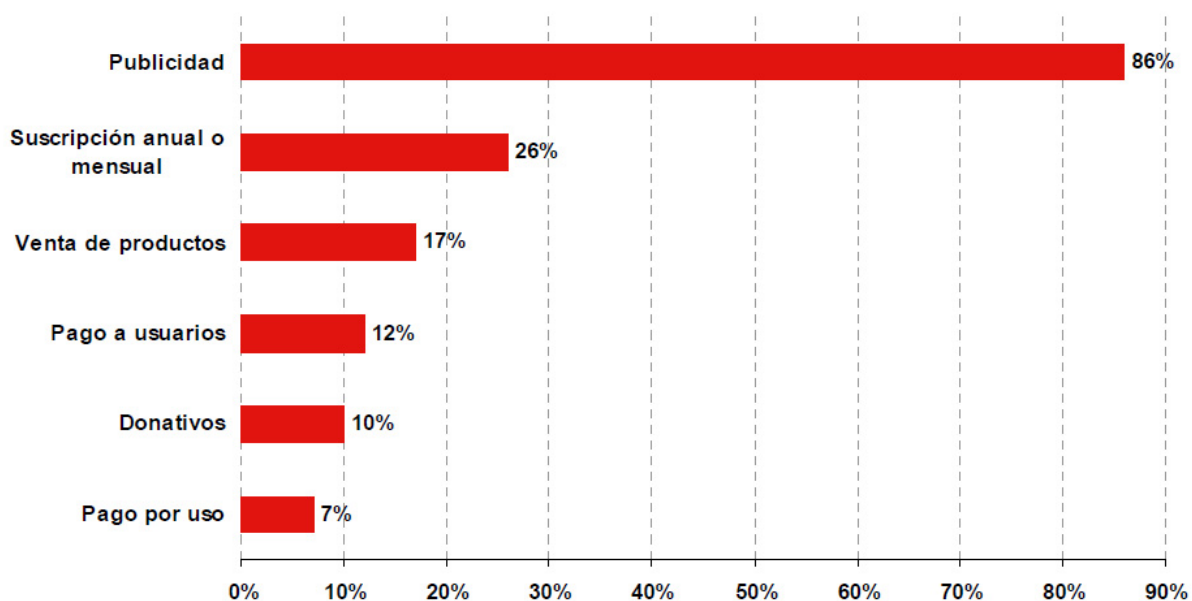


Figura 3: Variables del modelo de negocio en las redes sociales <sup>3</sup>

Puesto que la principal fuente de ingresos de las redes sociales es la publicidad, cabe analizar las características de este medio como soporte publicitario y en ese sentido, para **Castelló Martínez (2010) [20]**, la tipología de posibilidades de comunicación publicitaria en las redes sociales son: formatos publicitarios estándar, anuncios sociales, enlaces a redes sociales desde la página web corporativa o de campaña del anunciante, creación de páginas, perfiles (corporativos, de campaña, de producto o personaje) o grupos a los que los usuarios se suscriben como fans, de aplicaciones y/o de canales propios (por ejemplo, para concursos) dentro de redes sociales ya existentes y puesta en marcha de una red social propia (corporativa o de campaña).

<sup>3</sup> Fuente: Privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales [9].

Esta autora destaca que las oportunidades que las redes sociales ponen al alcance de los anunciantes ayudan a la empresa basada en las relaciones a personalizar sus mensajes en base a la segmentación de sus objetivos comerciales, establecer un marketing de ida y vuelta en el que los clientes actuales y potenciales participan y dialogan con la marca y lograr la satisfacción y fidelización de los clientes actuales, creando comunidades en torno a la marca.

La orientación empresarial hacia el cliente permite optimizar la inversión publicitaria al identificar a los clientes que aportan mayor valor y tener un mayor control sobre los resultados, creando vínculos con beneficios tanto para el consumidor (la satisfacción derivada de la personalización de oferta y relación) y para la empresa (gracias a la ventaja diferencial frente a la competencia).

Y precisamente son las redes sociales las más idóneas para las estrategias centradas en la orientación empresarial hacia el cliente, es decir, las preocupadas por la personalización de su mensaje, la interacción con el destinatario y el mantenimiento de una comunicación bidireccional con el cliente en aras de conseguir su fidelización.

Y esa oportunidad de negocio con los datos de los usuarios de las redes sociales, como indica **Tello Díaz (2013) [21]**, supone una vulneración flagrante de su derecho a la intimidad, pues la captación de pautas de comportamiento basándose en los gustos expresados por los usuarios y el uso de los datos derivados de los perfiles con fines publicitarios, incluso con cesión a terceras empresas desarrolladoras de aplicaciones, es en realidad donde radica el principal negocio de las empresas que gestionan las redes sociales.

Y según esta autora, a las posibilidades intrusivas en la privacidad que permite la actual tecnología, y al modelo de negocio expuesto de las empresas que gestionan las redes sociales, se une un tercer agente que debiera ser el garante de los derechos de los usuarios, como son los gobiernos, pero en vez de ello, con demasiada frecuencia renuncian a regular adecuadamente estas actividades e incluso utilizan esos mismos datos para sus propios fines, además de todos los que ya disponen por sus propios medios.

### **2.1.5 Evolución e impacto de las redes sociales**

Para analizar el contexto y el impacto de las redes sociales en la sociedad española, se ha tenido en cuenta el informe anual sobre *La Sociedad de la Información en España 2013* elaborado por la **Fundación Telefónica (2014)** [16].

Según los datos aportados por este estudio, la penetración del acceso a Internet ha ido incrementándose en los últimos años, según puede apreciarse en la Figura 4 y alcanzó en 2013 al 71,6% de la población española, lo que supone 3 puntos porcentuales por debajo de la media europea.

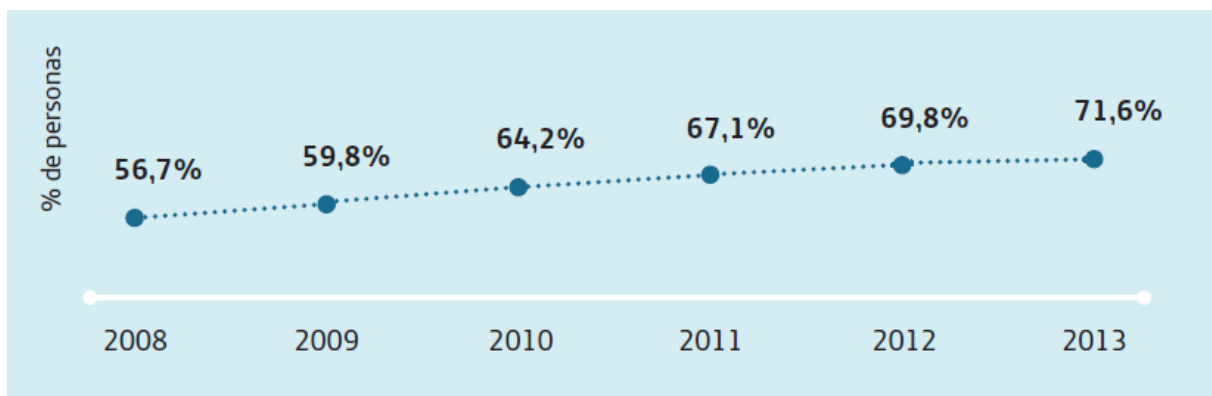


Figura 4: Evolución de los usuarios de Internet en España <sup>4</sup>

El 53,8% de la población de 16 a 74 años pueden considerarse como usuarios intensivos, al acceder a Internet de forma diaria.

Por edades, los jóvenes comprendidos entre 16 y 24 años son los mayores usuarios de Internet, dado que el 97,4% de ellos accede a Internet.

Otro aspecto a destacar del citado informe [16] es que el acceso a Internet a través de dispositivos móviles continúa creciendo de forma notable, sobre todo debido al fuerte aumento de la contratación de líneas móviles vinculadas a una tarifa de acceso a Internet móvil, de manera que la penetración del acceso a Internet a través de teléfonos móviles desde fuera de la vivienda habitual o centro de trabajo llega ya hasta el 44,1% mientras que desde ordenadores portátiles la penetración alcanzó el 35,4%.

---

<sup>4</sup> Fuente: La Sociedad de la Información en España 2013 [16].



Por edades, de nuevo son los jóvenes los mayores usuarios de la Internet móvil y, según se puede apreciar en la Figura 5, existen grandes diferencias entre los usuarios más jóvenes y los mayores (el 87,2% de los jóvenes entre 16 y 24 años han utilizado Internet móvil, frente al 36,4% de los mayores de 65 años).

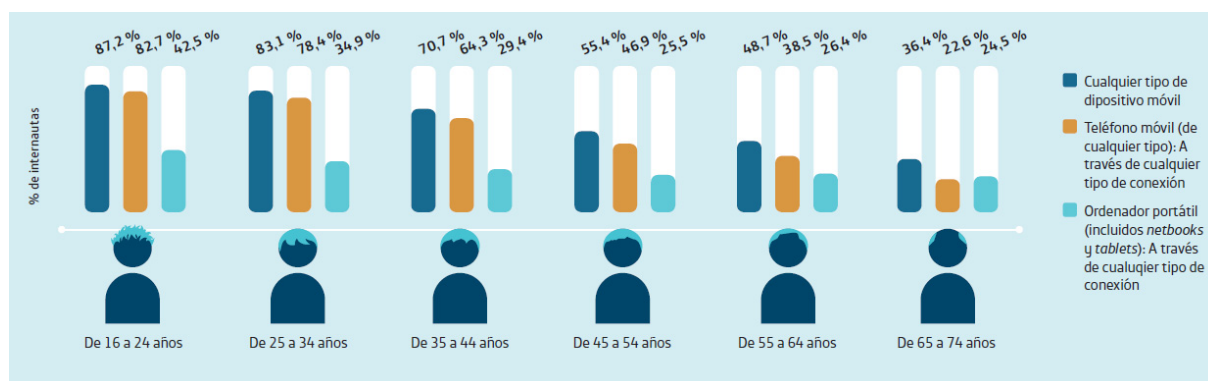


Figura 5: Uso de Internet móvil en España por franjas de edad <sup>5</sup>

En cuanto a las redes sociales, el citado estudio [16] revela cómo en España en los últimos cinco años han pasado de ser servicios desconocidos, a ocupar los primeros puestos entre los servicios de Internet, tanto en cuanto al número de usuarios como al tiempo dedicado a ellos, alcanzando en el año 2013 al 64,1% de los internautas, si bien los internautas que más usan las redes sociales informáticas son los estudiantes con un 94,8% y entre los jóvenes de 16 a 24 años llega al 94,5%.

Las redes sociales han adquirido una enorme importancia en la vida de sus usuarios como se muestra en el uso intensivo que realizan y de hecho, en 2012 el 13,9% afirmaba estar siempre conectados a las redes sociales, sin duda debido al auge del acceso a Internet a través de dispositivos móviles, como teléfonos avanzados o tabletas.

Además, la mayoría de los usuarios de redes sociales muestran ante ellas una actitud activa, ya que el 65% publican contenido al menos una vez al mes y el 79,2% lo hace en perfiles de sus contactos. También se percibe una alta frecuencia de envío de mensajes privados a través de las redes sociales, de forma que el 42,6% lo hacen a diario.

<sup>5</sup> Fuente: La Sociedad de la Información en España 2013 [16].

Según este informe [16], en la motivación principal de uso de las redes sociales en España es el deseo de estar comunicado con el entorno social del usuario.

Y a pesar de los potenciales riesgos que el uso de las redes sociales conlleva, según los datos aportados por dicho informe en su edición de 2012 [16], los usuarios afirman que las redes sociales han tenido un impacto positivo en los diferentes ámbitos de su vida, como se aprecia en la Figura 6, destacando un impacto positivo del 60,5% en sus amistades, frente al 1,7% de impacto negativo y un 21,1% de impacto neutro.

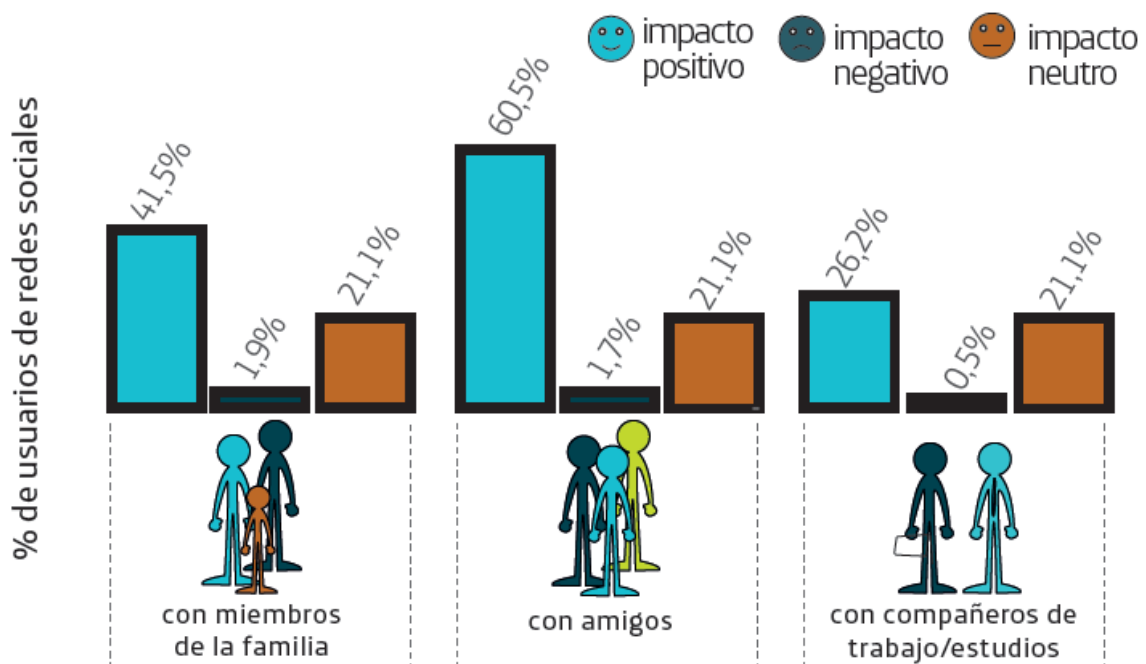


Figura 6: Impacto de las redes sociales en las relaciones de los usuarios españoles <sup>6</sup>

En cuanto al nivel de penetración en los usuarios españoles de las diferentes redes sociales, según se aprecia en la Figura 7, hay un claro predominio de Facebook con una cuota de penetración global del 56,5%, seguido de Tuenti que posee una cuota del 17,8% y de Twitter con un 9,9%. No obstante entre los usuarios más jóvenes los datos son ligeramente distintos debido a que la red social Tuenti supera a Facebook. Conviene señalar que, no obstante, la red social española Tuenti es muy poco usada fuera de España.

<sup>6</sup> Fuente: La Sociedad de la Información en España 2012 [16].

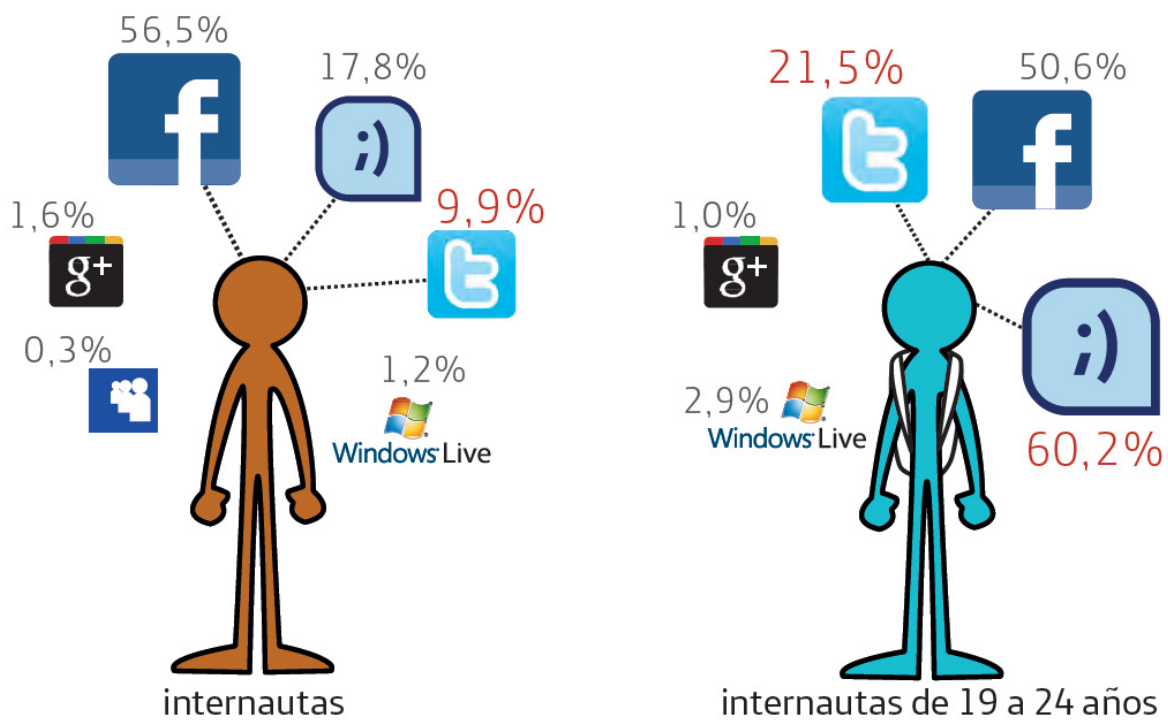


Figura 7: Penetración de diferentes redes sociales en España <sup>7</sup>

A nivel mundial, las redes sociales con más usuarios activos son las que se aprecian en la Tabla 1, a partir de datos de noviembre de 2011.

RED SOCIAL	VISITANTES ÚNICOS
Facebook	792.999.000
Twitter	167.903.000
LinkedIn	94.823.000
Google+	66.756.000
MySpace	61.037.000
Otros	255.539.000

Tabla 1: Penetración de diferentes redes sociales a nivel mundial <sup>8</sup>

<sup>7</sup> Fuente: La Sociedad de la Información en España 2012 [16].

<sup>8</sup> Fuente: [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_networking\\_service](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_networking_service).

A pesar de que el mayor impacto de las redes sociales en España se ha producido en el último lustro, la red social más empleada en todo el mundo, Facebook, surgió en EE.UU. en el año 2004 en un reducido entorno de estudiantes universitarios, se fue expandiendo a otros campus universitarios y estudiantes de enseñanzas medias, alcanzado los 100 millones de usuarios en 2008 y, como se aprecia en la Figura 8, fue a partir del 2009 cuando la curva de su popularidad se hizo fuertemente pronunciada llegando el 31 de marzo de 2013 hasta 1.100 millones de usuarios activos.

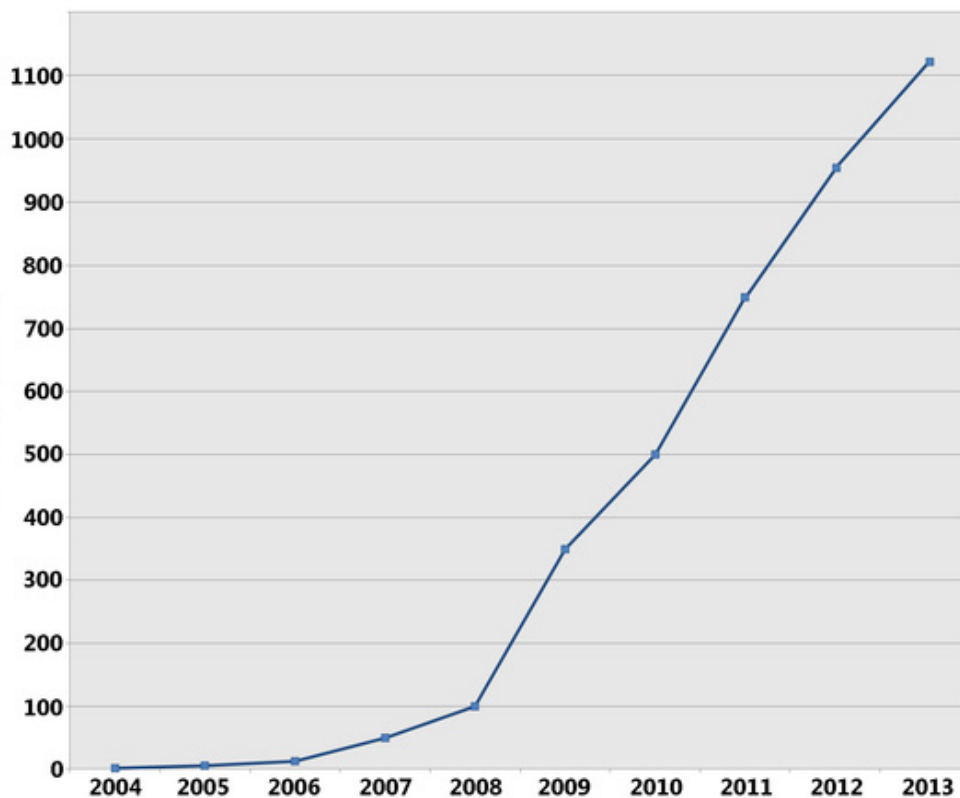


Figura 8: Usuarios activos de Facebook, en millones, desde su creación <sup>9</sup>

Y a pesar del fuerte incremento experimentado en el uso de las redes sociales en los últimos años, aún siguen habiendo un número de potenciales usuarios que se resiste a usarlas, que de acuerdo al estudio de **IAB Spain y Elovia (2013) [17]** se debe a las causas que aparecen en la Figura 9, en la que se representan en color rojo los datos de 2011 y en verde los datos de 2012.

---

<sup>9</sup> Fuente: <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>.

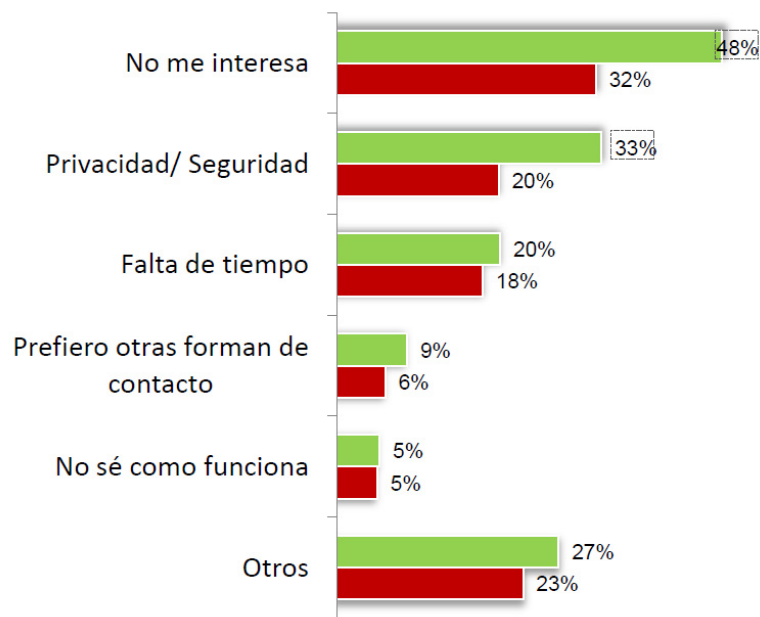


Figura 9: Motivos por los que los internautas españoles no se registran en las redes sociales <sup>10</sup>

Según se puede apreciar en la Figura 9, un tercio de los potenciales usuarios de las redes sociales no se hacen usuarios de las mismas debido a sus preocupaciones sobre la privacidad y seguridad de las mismas y este motivo ha crecido del 20% al 33% del año 2011 al 2012.

## 2.2 Estado del arte

En este apartado se analizará el estado de la cuestión objeto de investigación sobre los riesgos de las redes sociales.

### 2.2.1 Estudios académicos pioneros

A nivel de estudios académicos sobre los potenciales riesgos del uso de las redes sociales, destaca el realizado por **Gross y Acquisti (2005) [1]** a finales del año 2005 cuando analizaron la revelación de información y privacidad en las redes sociales a partir del análisis directo del comportamiento de más de 4000 alumnos universitarios en su uso de Facebook, que había surgido el año previo.

<sup>10</sup> Fuente: Estudio sobre las Redes Sociales en España 2013 [17].

Para estos autores las implicaciones de privacidad asociadas a las redes sociales dependen del nivel en que la información proporcionada por los usuarios pueda identificarles, sus posibles receptores y sus posibles usos. Los riesgos identificados van desde la suplantación de identidad hasta acoso cibernético y físico, desde simples molestias hasta discriminación en precios de productos e incorporación a listas negras por parte de algunas empresas.

Los investigadores destacan que a pesar de estos riesgos, la información personal es suministrada de forma voluntaria y descubren que muchos individuos pertenecientes a su círculo de amistades difícilmente podrían ser definidos como amigos reales y de hecho podrían ser completos extraños. Pero a pesar de ello, con bastante frecuencia información personal y sensible es suministrada libremente de forma pública a través de las redes sociales.

Finalmente, en este estudio se sugiere que los usuarios pueden estar revelando información personal porque desde un punto de vista pragmático piensan que los beneficios que pueden esperar de ese comportamiento son superiores a los costes derivados de los riesgos que perciben.

Continuando la misma línea de investigación del trabajo mencionado de Gross y Acquisti, **Govani y Pashley (2005) [2]** en su estudio sobre el grado de conciencia de los estudiantes de las implicaciones que sobre su privacidad tiene el uso de Facebook, encuestan a los estudiantes objeto de investigación de Gross y Acquisti y descubren que aunque el 40% de los usuarios investigados restringían alguna de la información publicada, más del 60% de los usuarios compartían información privada de carácter personal y sensible, como su número de teléfono y su dirección postal.

Estos investigadores descubren que incluso aunque los individuos expresan sus preocupaciones y concienciación sobre la privacidad en Internet, en realidad esa concienciación no hace que protejan su privacidad y se muestran dispuestos a embarcarse en actividades de riesgo en el uso de las redes sociales.

En relación a las motivaciones en el uso de las redes sociales, es de destacar el estudio de **Schaefer (2008) [3]** sobre las motivaciones y modelos de comportamiento en las redes sociales. Según este autor, son los objetivos y las necesidades personales los que determinan el uso de las redes sociales y el autor descubre que para algunas personas acumular "amigos" parece ser un fin en sí mismo.

Este trabajo de investigación descubre que la mayoría de usuarios intenta formar nuevas relaciones añadiendo a su círculo gente desconocida, así como que la mayor parte de las relaciones formadas a través de la red son de una naturaleza muy débil.

### **2.2.2 Estudios recientes**

De los estudios más recientes se ha seleccionado el de los autores del Pew Research Center, **Madden, Lenhart, et al. (2013) [4]** publicado en 2013 sobre los adolescentes, los medios sociales y la privacidad.

Este informe realiza una encuesta a 802 adolescentes de EE.UU. sobre cómo gestionan su privacidad en las redes sociales y descubre que el 92% publica su nombre real, el 91% publica una fotografía suya y el 82% su fecha de nacimiento, entre otros datos que podrían identificarlos. Y en comparación con datos de 2006, aprecia un importante crecimiento.

De acuerdo a este estudio, el usuario adolescente típico medio de Facebook tiene 300 amigos, mientras que el usuario adolescente medio de Twitter tiene 79 seguidores. No obstante, un 33% de los adolescentes ha aceptado como amigos suyos en Facebook a otros usuarios que nunca han conocido en persona y a los que se les aplica el menor nivel de privacidad en la compartición de información.

Y el mismo estudio descubre que un 60% de los perfiles de los adolescentes está configurado como privado, un 25% como parcialmente privado y un 14% dice tener su perfil como completamente público sin restricción alguna de privacidad.

Otro estudio internacional reciente llevado a cabo por **On device research (2013) [6]** a finales de mayo de 2013, sobre la confianza de los consumidores jóvenes analizando a 6.000

jóvenes de entre 16 y 34 años en seis países diferentes para evaluar qué impacto tienen las redes sociales en sus carreras como profesionales.

Al margen de los riesgos más conocidos sobre las redes sociales, este estudio revela que 1 de cada 10 jóvenes ha sido rechazado en un puesto de trabajo al que optaban a causa de la información pública presente en su perfil en las redes sociales.

A pesar de ello, dos tercios de los encuestados no se preocupan de que sus perfiles en las redes sociales puedan dañar sus expectativas laborales y desisten de cambiar o modificar su contenido en las redes sociales, porque sus perfiles públicos están orientados a quedar bien y gustar a sus amigos en lugar de hacerlo en base a las posibles empresas que puedan contratarlos.

De los estudios nacionales se ha destacado el dado a conocer en julio de 2013 por el **Grupo de Investigación de la Universidad Internacional de La Rioja "El quehacer educativo como acción" (2013) [5]** sobre los retos ético-pedagógicos en entornos virtuales.

La novedad de este trabajo reside en que en vez analizar las variables habitualmente estudiadas, que han solido estar centradas en la incorporación de equipos informáticos y en las competencias digitales de profesores o estudiantes, ha tratado de centrar la atención en algunos aspectos educativos fundamentales que se encuentran presentes en los entornos virtuales y que atañen a cuestiones éticas, a la privacidad y la intimidad, la responsabilidad y la libertad en el ciberespacio. Para ello seleccionaron una muestra de 1.031 estudiantes representativa de los alumnos españoles que cursaban estudios de educación secundaria de entre los 12 y los 18 años en varias comunidades autónomas durante el curso académico 2012-2013.

Según este informe, un 34,2% de los jóvenes españoles de 12 a 18 años cuenta cosas de ellos mismos o su familia en la red.

Asimismo, según esta investigación, el 21,2% de los adolescentes españoles ha recibido alguna petición de una foto comprometida y el porcentaje de quienes han recibido propuestas de carácter sexual (ciberacoso) alcanza el 28,8%. No obstante, el 17% de jóvenes entre 12 y



18 años ha aceptado reunirse personalmente con alguien a quien sólo conocía a través de la red y ese porcentaje sube al 45,7% en los jóvenes de 18 años.

Sobre la predisposición de los adolescentes a decir la verdad en las redes sociales, la muestra refleja que casi siete de cada diez reconoce que miente en su perfil. Según la investigación, más de la mitad de los adolescentes españoles, el 55,1%, admite que o bien no ha pensado, o bien no considera probable que lo que escribe en la red tenga consecuencias para su futuro.

También a nivel nacional se ha seleccionado el estudio anual sobre las redes sociales en España 2013 de **IAB Spain y Elogia (2013) [17]** que basándose en una encuesta a 988 ciudadanos españoles pretende investigar la evolución del uso de las redes sociales en nuestro país y está dirigido al sector publicitario.

Entre sus hallazgos destaca el hecho de que la penetración en redes sociales está alcanzando en España su madurez, puesto que el 79% de los internautas de entre 18 y 55 años utilizaron las redes sociales en 2012, mientras que este dato era de un 51% en 2009.

Según este estudio la mayoría de los usuarios de las redes sociales en España son mujeres, en el 61% de los casos, frente a un 39% de hombres. De entre los usuarios de las redes sociales, el 78% de ellos hicieron un uso intensivo diario en 2012, mientras que en 2009 ese porcentaje era de un 61%.

Junto a la frecuencia de uso también aumenta año tras año el número de horas que se le dedican a las redes sociales, según puede apreciarse en la Figura 10, de la que se desprende que Facebook es la red social que tiene mayor dedicación de tiempo, tanto en visitas al mes como horas dedicadas, seguida por Twitter y YouTube.

Sin embargo el mismo estudio indica que entre los adolescentes españoles de 14 a 17 años la red social favorita es Tuenti.



Figura 10: Frecuencia de uso x cuota de tiempo en las redes sociales en España 2012 <sup>11</sup>

Además el teléfono móvil como punto de acceso a las redes sociales ha tenido un aumento del 47% en el último año, llegando en 2012 al 56%.

Y el mismo estudio [17] al centrarse en los adolescentes españoles entre 14 y 17 años, muestra que un 93% es usuario de las redes sociales y además son usuarios muy intensivos, pues de ellos el 83% las usa diariamente, sobre todo propiciado por el creciente acceso a internet desde el teléfono móvil y tabletas, como se aprecia en la Figura 11.

<sup>11</sup> Estudio sobre las Redes Sociales en España 2013 [17].

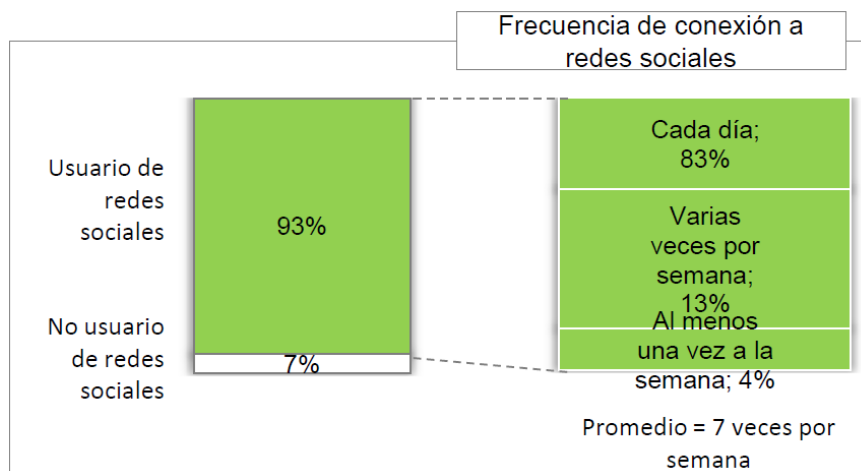


Figura 11: Uso de las redes sociales en los adolescentes españoles de 14 a 17 años <sup>11</sup>

Respecto a los no usuarios de las redes sociales, concluye que se trata de un público más bien adulto (44% entre 40 y 55 años) cuyos principales motivos son la falta de interés y el miedo a perder la privacidad, según se puso de manifiesto en la Figura 9. No obstante, el 24% de ellos manifiesta su voluntad de incorporarse a las redes sociales en los próximos 12 meses.

Por último, otro estudio nacional sobre las Redes Sociales en España 2013 y dirigido al sector publicitario es elaborado anualmente por **The Cocktail Analysis (2013) [18]** que se basa en 1.557 encuestas en línea y en él se analiza la evolución de las redes sociales en España, los dispositivos de acceso, las características de las redes sociales mayoritarias y analiza la presencia de las marcas en las redes sociales.

### 2.2.3 Estudios gubernamentales

A nivel gubernamental internacional, se ha destacado el posicionamiento claro del gobierno de los Estados Unidos de América, de cuyo país proceden las mayores empresas que gestionan las redes sociales más utilizadas a nivel mundial y que a través de su **Federal Bureau of Investigation (FBI) (2012) [7]** en un documento sobre los riesgos de las redes sociales virtuales avisa de que cuanto más información se comparta mayor es la vulnerabilidad a la que uno queda expuesto, incluso aplicando altas restricciones en las configuraciones de seguridad de las redes sociales.

Por ello advierte de que la información personal que se comparta en las redes sociales puede ser usada por diversos tipos de atacantes tanto a nivel personal como profesional o empresarial y no sólo para ataques dirigidos desde Internet sino también desde la vida real.

De esta forma identifica diversos riesgos como el ciberacoso, la suplantación de identidad, estafas de todo tipo, etc y recomienda ser muy restrictivo a la hora de compartir información personal a través de las redes sociales tal como nombres, detalles de familiares o compañeros, localidades, perfil profesional o académico, aficiones, gustos o cosas que no gustan.

En España, el Plan Contigo de la Policía Nacional y la Guardia Civil del **Ministerio del Interior (2011) [8]** analiza la seguridad en Internet, identificando las nuevas amenazas que han surgido especialmente para los jóvenes en el uso de Internet, según puede apreciarse en la Figura 12 y proporciona consejos a padres, educadores y jóvenes.

Entre los principales riesgos destaca el *grooming* o acoso sexual a menores a través de Internet que está considerado un delito en España que no para de crecer cada año y el *ciberbullying* o acoso escolar a un menor por parte de otro a través de Internet, que puede constituir un delito o bien una falta dependiendo de su gravedad.

Entre los consejos a menores en el uso de las redes sociales se les recomienda actuar en ellas igual que se haría en la vida real, no aceptar como amigo a quien no se conoce en la vida real y no compartir ninguna información con extraños. Tanto a padres como a jóvenes se les advierte de que Internet no garantiza el anonimato, pues se deja rastro de lo que se hace y cada uno es responsable de sus actos.



Figura 12: Nuevas amenazas a la seguridad en Internet <sup>12</sup>

Otro organismo gubernamental español especializado en las Tecnologías de la Información y la Comunicación es el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO), una sociedad estatal promovida por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio que ha elaborado una serie de trabajos de investigación y guías sobre diversos aspectos relacionados con la seguridad en las redes sociales, de las que se han seleccionado los estudios de mayor relevancia.

En el estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales *online* del INTECO (2009) [9], realizado en 2009 tomando como base una encuesta a 2.860 usuarios españoles de Internet mayores de 15 años sobre el uso de las redes sociales, se analizan los aspectos más relevantes y la problemática específica de las redes sociales junto a recomendaciones de actuación dirigidas a los diferentes agentes intervinientes en las redes sociales y en particular a los usuarios.

<sup>12</sup> Fuente: Seguridad en Internet [8].

Respecto a la problemática de las redes sociales el estudio analiza desde el punto de vista normativo los derechos constitucionales que pudieran verse afectados.

En otro trabajo de investigación sobre la percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet del INTECO (2012) [10], basándose en una encuesta sobre una muestra representativa de 2.056 usuarios de Internet realizada en 2012, se analiza también la privacidad en las redes sociales y se ofrecen recomendaciones a redes sociales, poderes públicos y usuarios.

De sus conclusiones cabe destacar que dos tercios de los internautas españoles se sienten anónimos en Internet y un porcentaje similar considera que Internet ofrece un grado de seguridad alto o muy alto en cuanto a la protección de datos personales.

Respecto a las redes sociales, el estudio destaca que casi nueve de cada diez usuarios de Internet manifiestan disponer de un perfil en una red social, cuyo acceso es restringido por 9 de cada 10 usuarios, si bien el 42,5% de los usuarios de redes sociales ha encontrado difícil gestionar la privacidad de su perfil e incluso un 7,2% reconoce que le ha sido imposible hacerlo.

Según el estudio, en cuanto a la gestión de su privacidad en las redes sociales, el 58,6% de los usuarios españoles de redes sociales reconoce haber eliminado gente de su lista de contactos, el 40,4% afirma haber desetiquetado su nombre de fotos publicadas por otras personas, y un 13,9% dice haber denunciado la actitud de un usuario ante un insulto, amenaza o acoso, llegando este porcentaje hasta el 26,6% entre los jóvenes de 15 a 24 años.

En cuanto a incidentes en las redes sociales, el 7,1% de los usuarios reconoce haber tenido problemas con un amigo, el 7% con la pareja e incluso el 3,7% con el jefe en su trabajo debido a información publicada en las redes sociales.

#### **2.2.4 Guías de ayuda**

Además de los diferentes tipos de estudios y trabajos de investigación, se ha considerado oportuno tomar referencia diversas guías sobre los diferentes aspectos relacionados con la seguridad y riesgos de las redes sociales.

La guía legal sobre las redes sociales, menores de edad y privacidad en la Red del **INTECO (2008) [11]**, pretende ofrecer a los usuarios información útil para conocer qué son las redes sociales, cómo funcionan, cuáles son sus elementos, sus beneficios y los riesgos que puede conllevar su utilización.

Además analiza la relevancia jurídica de las redes sociales en multitud de campos como la privacidad, la protección del Derecho al Honor e Intimidad y la Propiedad Intelectual, considerando siempre a los menores de edad, como punto de referencia dada su especial posición respecto a la necesidades de protección y características particulares.

En la guía de ayuda para la configuración de la privacidad y seguridad de las redes sociales del **INTECO (2010) [12]**, se pretende asistir a los usuarios de redes sociales a la hora de configurar la privacidad y mantener la seguridad de sus perfiles.

Para cada una de las 12 redes sociales analizadas se ofrecen pautas para la configuración del perfil correspondiente en los tres momentos clave en los que es posible identificar riesgos para la seguridad y privacidad: en el alta del usuario, en la participación en la red social y en la baja del servicio en 12 redes sociales.

En la guía legal sobre la privacidad en Internet del **INTECO (2008) [13]**, se realiza un análisis exhaustivo de todas aquellas cuestiones que, a consecuencia de los nuevos servicios en Internet, entre ellos las redes sociales, plantean grandes dudas sobre su relación con el derecho a la intimidad y la privacidad que se encuentra regulado en el artículo 18 de la Constitución Española de 1978, que garantiza el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen estableciendo que *"la ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos."*

La guía analiza desde el punto de vista legal la actitud de los buscadores de Internet respecto a las informaciones obtenidas a través de las búsquedas que realizan sus usuarios, así como la

publicidad en línea personalizada según las páginas web visitadas y los correos electrónicos recibidos, así como las redes sociales.

Sobre las redes sociales concluye que para la lícita difusión de los datos de carácter personal contenidos en la red social, deberá recabarse el consentimiento inequívoco del afectado, obtenido conforme a los criterios suficientes de accesibilidad y claridad.

El consentimiento para tratar los datos personales del usuario debe ser prestado siempre antes de facilitar los datos, y nunca podrán solicitarse sin que éste conozca con qué finalidad serán son tratados, quién es el responsable de los mismos y cuál es la forma de ejercitar sus derechos.

La guía legal sobre *ciberbullying* y *grooming* del INTECO (2009) [14], estudia desde un punto de vista legal los dos riesgos más importantes para los menores en el uso de las redes sociales, que son el *ciberbullying* o ciberacoso ejercido por unos niños sobre otros, normalmente prolongación del acoso escolar y el *grooming* que es un acoso ejercido por un mayor sobre un menor con fines sexuales.

La guía detalla las características de ambas situaciones de acoso a menores y realiza una análisis jurídico de los diferentes tipos de delitos punibles que pueden llevar asociados.

Finalmente realiza una serie de recomendaciones dirigidas a los menores y a los padres para evitar ser afectados por situaciones de *ciberbullying* o *grooming*.

Por último se ha seleccionado una guía especialmente diseñada para padres y educadores sobre el uso que los menores realizan de internet, móviles y videojuegos de **Labrador, Requesens y Helguera (2011) [15]**.

En esta guía se incide en la importancia de la prevención, tanto desde el entorno escolar como desde el familiar, los indicios de uso problemático por parte del menor de internet, del teléfono móvil, y de los videojuegos.



También analiza los factores de riesgo asociados a un uso indebido en el ámbito personal, familiar y social, así como los factores de protección desde los diversos ámbitos y dedica un capítulo especial a los riesgos específicos para los menores derivados del uso de las redes sociales, para los que establece unas pautas de uso adecuado y unas pautas de prevención detalladas a nivel práctico para los padres junto a los mensajes clave que al respecto conviene transmitir a los menores.

Finalmente analiza el marco legal asociado y detalla las infracciones legales más comunes en estos ámbitos tanto sobre las personas como sobre el patrimonio físico e intelectual.



## 3 Desarrollo específico de la contribución

### 3.1 Descripción detallada de los métodos de investigación

En lugar de realizar una investigación empírica propia, que necesariamente sería muy limitada en medios y alcance, se ha optado como principal método del presente trabajo de investigación por realizar una revisión sistemática y un meta-análisis.

Según Sánchez Meca (2010) [22], el meta-análisis, y las revisiones sistemáticas han surgido recientemente como una metodología objetiva y rigurosa para llevar a cabo el proceso de revisión de la investigación en un campo concreto de conocimiento y lograr de esta forma una eficiente acumulación de las evidencias.

Para este autor una *revisión sistemática* es un tipo de investigación científica mediante la cual se revisa la literatura científica sobre una cuestión partiendo de una pregunta formulada de forma clara y objetiva, utilizando métodos sistemáticos y explícitos para localizar, seleccionar y valorar críticamente las investigaciones relevantes a dicha pregunta y aplicando protocolos sistemáticos para la recogida de datos e información de dichas investigaciones, con el objetivo de alcanzar conclusiones válidas y objetivas sobre qué es lo que dicen las evidencias sobre dicho tópico.

Con el *meta-análisis* se pretende unir las investigaciones más relevantes realizadas por distintos autores en torno a la hipótesis y objetivos de investigación planteados para realizar una síntesis de lo ya investigado llegando así a una generalización, de forma que dispongamos de mucha más información que la que cada una de las investigaciones seleccionadas aportan por separado.

Se trata por tanto de una investigación sistematizada sobre investigaciones, que intenta integrar en un resultado único los resultados de todas las investigaciones previas relacionadas con la hipótesis y objetivos planteados.

Una de las fases más importantes de la revisión sistemática y el meta-análisis es la búsqueda y selección de los trabajos de investigación más relevantes realizados sobre la hipótesis de la investigación y de cada uno de los objetivos de este trabajo.

Los criterios de selección de los estudios sobre los riesgos de las redes sociales a incluir en este meta-análisis se pueden dividir en las siguientes categorías:

- **Estudios académicos pioneros:** A pesar de que las redes sociales virtuales tienen menos de una década, ya desde el principio aparecieron estudios, en EE.UU. donde surgieron estas redes sociales, que alertaban de los riesgos que para la privacidad y seguridad implicaban su uso. Asimismo se han buscado estudios que analizaran las motivaciones de los usuarios de las incipientes redes sociales para compartir públicamente sus datos personales así como el nivel de consciencia que los usuarios tenían de ese riesgo.
- **Estudios recientes:** Se han buscado los más relevantes de los últimos trabajos de investigación publicados este mismo año 2013, tanto a nivel internacional como nacional y tanto procedentes de instituciones académicas como de centros de investigación social.
- **Estudios gubernamentales:** Dado que una de las misiones de los gobiernos debe ser velar por los derechos de sus ciudadanos de forma independiente a las industrias con intereses en el sector, se han buscado estudios procedentes de instituciones gubernamentales, tanto de EE.UU. como sobre todo de España.
- **Guías de ayuda:** Además de los trabajos de investigación, también se ha considerado la inclusión en el meta-estudio de guías que hicieran un análisis legal de los problemas relacionados con el uso de las redes sociales, así como aquellas que pretenden proporcionar pautas y recomendaciones para paliar los posibles riesgos de las redes sociales, tanto para la configuración de los perfiles de usuario como de recomendaciones para su uso, haciendo especial hincapié en las guías para padres y educadores sobre el uso que los menores hacen de las redes sociales.

### 3.2 Descripción de los resultados

Los resultados del trabajo de investigación se organizarán en torno a cada uno de los objetivos planteados.

### 3.2.1 Privacidad y seguridad en el uso de las redes sociales

En las redes sociales los usuarios pueden desvelar no sólo sus datos de contacto o información personal, sino que pueden exponer de manera pública sus vivencias, gustos, ideología y experiencias, lo que conlleva que un buen número de datos de carácter personal son puestos a disposición del público y empresas. Asimismo, se tratan automatizadamente datos especialmente protegidos desde el punto de vista de la normativa internacional sobre protección de datos personales, lo que supone un importante nivel de riesgo para el ámbito de la privacidad, intimidad y seguridad de los usuarios.

Según señala INTECO (2009) [9], entre las principales situaciones problemáticas que pueden darse a los **usuarios en general** de las redes sociales, cabe señalar las siguientes:

- Existe un problema derivado de la falta de toma de conciencia real por parte de los usuarios de que sus datos personales serán accesibles por cualquier persona y del valor que éstos pueden llegar a alcanzar en el mercado. En muchos casos, los usuarios hacen completamente públicos datos y características personales que en ningún caso expondrían en la vida cotidiana como ideología, orientación sexual y religiosa, etc.
- Los datos personales pueden ser utilizados por terceros usuarios malintencionados de
- Existe la posibilidad de que traten y publiquen en la red información falsa o sin autorización del usuario, generando situaciones jurídicas perseguibles que pueden llegar a derivarse de este hecho.
- El hecho de que, a través de las condiciones de registro aceptadas por los usuarios, éstos cedan derechos plenos e ilimitados sobre todos aquellos contenidos propios que alojen en la plataforma, de manera que pueden ser explotados económicamente por parte de la red social.

De acuerdo con INTECO (2009) [9], los derechos y libertades que pudieran verse afectados según la Constitución Española de 1978, son los siguientes:

- La protección del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.
- El secreto de las comunicaciones.

- La protección de datos de carácter personal.
- La protección de la producción y creación literaria, artística, científica y técnica mediante los instrumentos reguladores de la propiedad intelectual e industrial.
- La protección de los derechos de consumidores y usuarios.

No obstante, los riesgos e inconvenientes más importantes que las redes sociales pueden suponer a los **menores de edad**, según se señala en Labrador, Requesens y Helguera (2011) [15], los riesgos son los siguientes:

- El ***ciberbullying*** o acoso escolar a través de internet realizado a un menor por parte de otro y que tiene su origen, en numerosas ocasiones, en las redes sociales. Esta forma de acoso puede manifestarse de formas muy diversas en las redes sociales: con comentarios ofensivos, mensajes amenazantes, robo de contraseñas, aparición en las redes de imágenes comprometidas de la persona acosada, creación de perfiles falsos con los datos de la víctima, difusión de falsos rumores sobre el acosado, etc.
- El ***grooming*** o acoso sexual a través de internet realizado a un menor por parte de un adulto con fines sexuales, que se produce en la mayoría de casos cuando el adulto entra en las redes sociales frecuentadas por adolescentes haciéndose pasar por uno de ellos. Poco a poco, va ganándose la confianza de los menores hasta que comienza el chantaje, la intimidación o las amenazas.
- La **exposición de información personal**, como nombre, edad, centro educativo en el que estudia o fotografías que le identifiquen y esta información personal puede ser utilizada por cualquier usuario de la red, poniendo en peligro al menor identificado.
- La **falta de protección ante desconocidos**, dado que en las redes sociales es muy sencillo que unos usuarios se hagan pasar por otras personas y mientan deliberadamente al menor intentando así ganarse su confianza para fines delictivos.
- Los riesgos propios de la **descarga de archivos** accesibles desde las redes sociales. En primer lugar, existe la posibilidad de que el archivo descargado no coincida con el que el menor estaba buscando y al abrirlo, además de programas maliciosos como virus o espías, también pueden aparecer imágenes que, a determinadas edades, pueden resultar perjudiciales y muy desagradables (pornografía, violencia, etc.).
- La presencia de **información abundante y de fácil acceso**. A través de las redes sociales es posible encontrar información y contenidos explícitos de todo tipo, y algunos de ellos pueden resultar nocivos para un menor.

De acuerdo con la guía legal sobre *ciberbullying* y *grooming* de INTECO (2009) [14], el *ciberbullying* o ciberacoso escolar puede ser constitutivo de uno o más delitos de entre los siguientes:

- **Amenazas:** cuando existe una amenaza consistente en causar un mal.
- **Coacciones:** cuando se obliga a alguien a hacer o dejar de hacer algo.
- **Injurias:** cuando existe una acción o expresión que lesione la dignidad, fama o la propia estimación.
- **Calumnias:** cuando se imputa falsamente un delito.

En España los menores entre 14 y 18 años pudiendo ser castigados penalmente por haber cometido un delito. En el caso de los menores de 14 años se podrá imponer una sanción económica a sus padres o tutores, en función de la infracción cometida.

El *grooming*, o ciberacoso sexual, puede ser considerado como uno o más de los siguientes delitos:

- **Exhibicionismo:** cuando hay una exhibición obscena y de carácter sexual ante menores o incapaces.
- **Difusión de contenidos pornográficos:** cuando se difunden a menores contenidos de origen sexual que puedan producir daños psicológicos.
- **Corrupción de menores:** cuando se favorece la prostitución y la utilización de menores con fines o en espectáculos exhibicionistas o pornográficos.

El trabajo de investigación de Gross y Acquisti (2005) [1] realizado sobre la observación directa, no en encuestas, del comportamiento de más de 4000 alumnos universitarios en su uso de Facebook, cuando aún estaba en sus inicios, concluía que las implicaciones sobre la privacidad asociadas a las redes sociales dependen de que la información proporcionada por los usuarios **pueda identificarles**, bien de forma directa, por el nombre, dirección postal, números de teléfono o fotografías, o bien por inducción en base a todos los datos proporcionados tanto por el propio usuario como por sus amistades. Y un importante porcentaje de usuarios revelaba públicamente importantes datos personales, según se observa en la Figura 13.

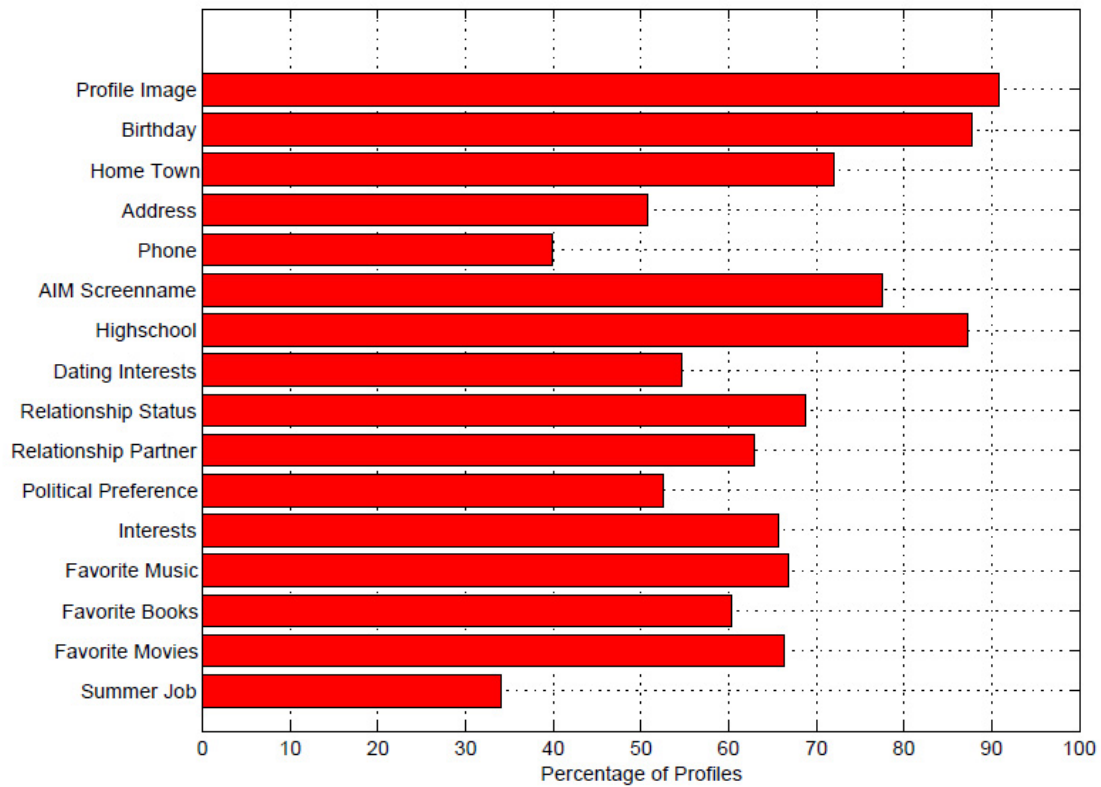


Figura 13: Revelación de información personal en las redes sociales <sup>13</sup>

Continuando el trabajo mencionado de Gross y Acquisti, Govani y Pashley (2005) [2] en su estudio, basado en encuestas, sobre el grado de conciencia sobre la privacidad de los usuarios de Facebook en 2005, también reflejan que un importante número de usuarios comparte información personal reservada que puede identificarles, según se aprecia en la

<sup>13</sup> Fuente: Information revelation and privacy in online social networks [1].



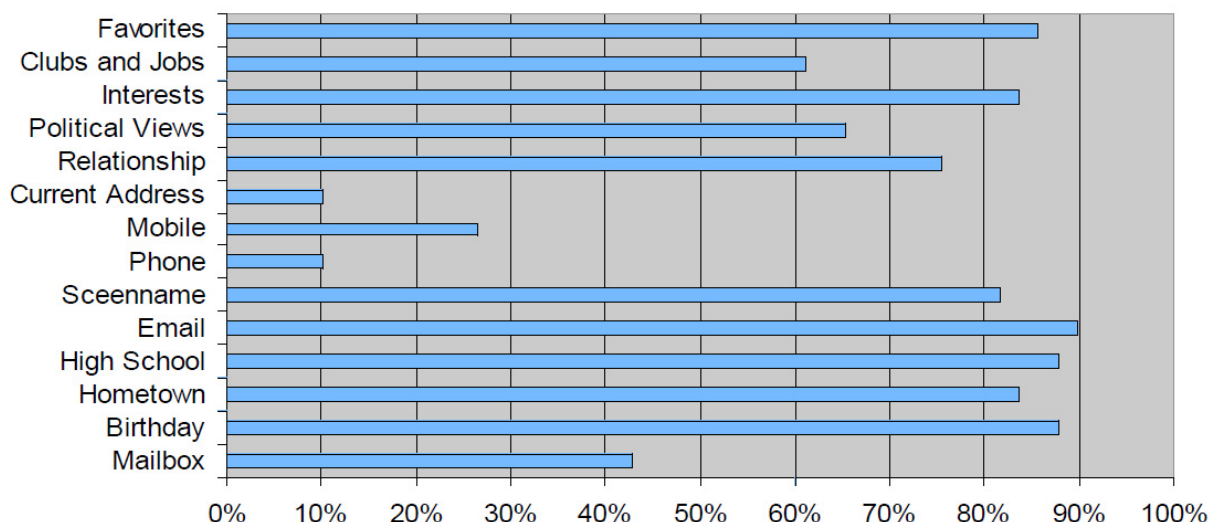


Figura 14: Tipo de información publicada en las redes sociales <sup>14</sup>

De los estudios más recientes, el de Madden, Lenhart, et al. (2013) [4] publicado en 2013 basándose en una encuesta a 802 adolescentes estadounidenses descubren que en la actualidad los adolescentes están compartiendo aún más información privada de carácter personal que lo que hicieron en el pasado, en comparación con los estudios realizados por el mismo centro de investigación en 2006, según se aprecia en la Figura 15.

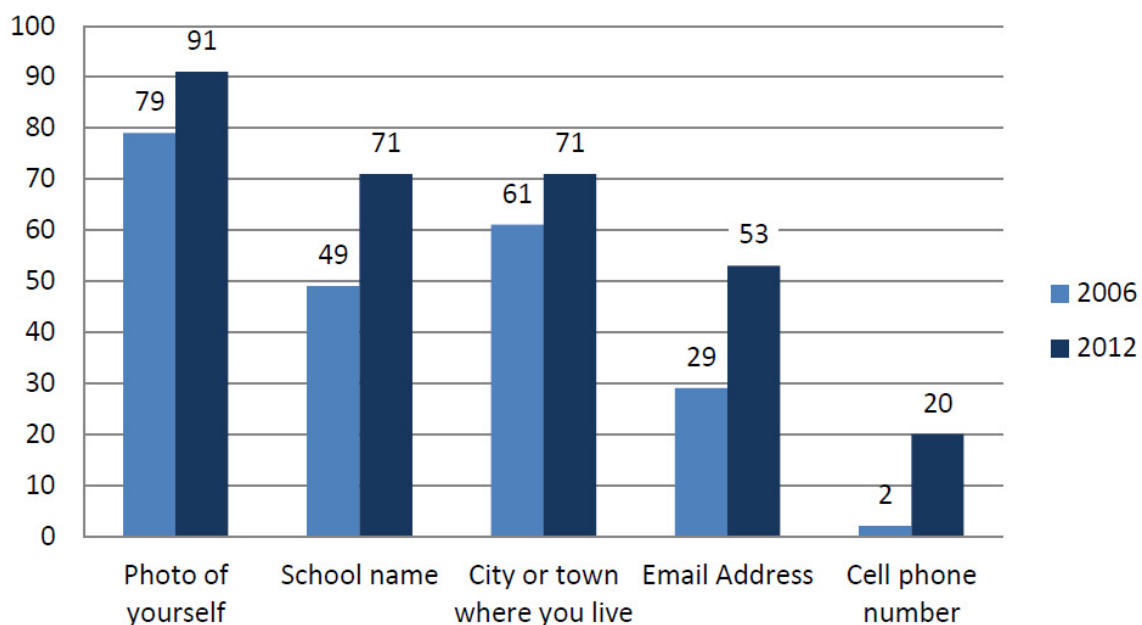


Figura 15: Publicación de datos personales en 2006 y 2012 en adolescentes de EE.UU. <sup>15</sup>

<sup>14</sup> Fuente: Student awareness of the privacy implications when using Facebook [2].

<sup>15</sup> Fuente: Teens, social media, and privacy [4].

Respecto a datos recientes en España, el trabajo de investigación del INTECO (2012) [10], también destaca que un importante número de usuarios de las redes sociales se muestran dispuestos a proporcionar diversa información privada personal, según se desprende de los datos representados en la Figura 16.

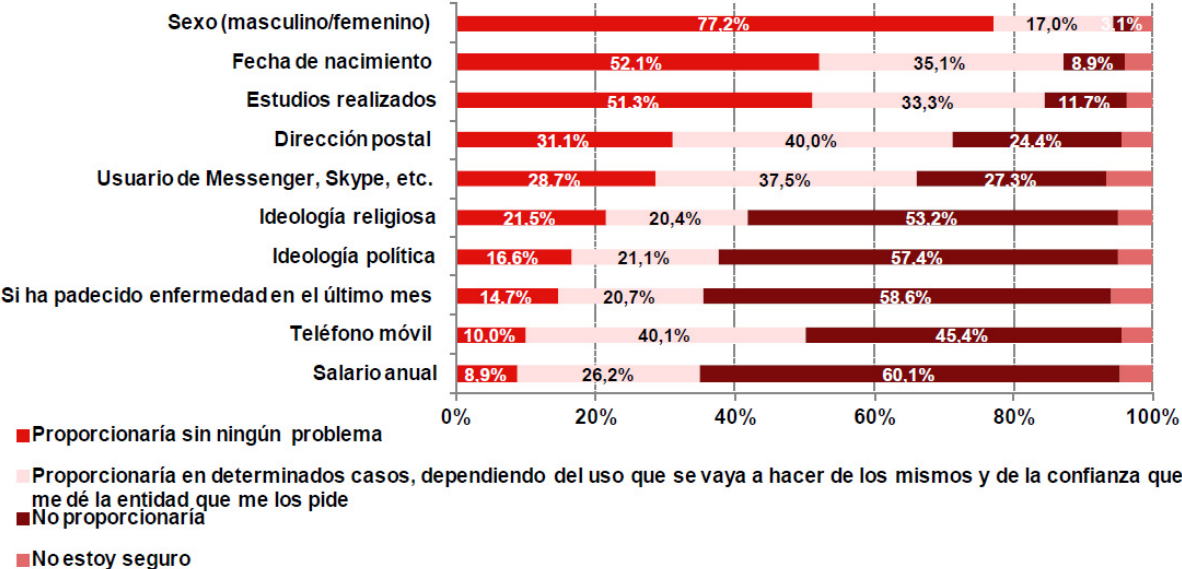


Figura 16: Publicación de datos personales en España en 2012 <sup>16</sup>

En las redes sociales el nivel de privacidad de un perfil de usuario suele estar relacionado con lo que las propias redes llaman un "amigo", puesto que a los usuarios marcados como tales se les aplica el menor nivel de privacidad.

Por ello es importante comprobar a quiénes aceptan los usuarios como amigos suyos, y en este sentido, de acuerdo a Madden, Lenhart, et al. (2013) [4] un 33% de los adolescentes estadounidenses encuestados admiten como "amigo" a usuarios que nunca han conocido en la vida real y por tanto con un alto riesgo de que no sean realmente quienes dicen ser. Los datos completos del estudio sobre esta cuestión son los representados en la Figura 17.

<sup>16</sup> Fuente: Percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, INTECO [10].

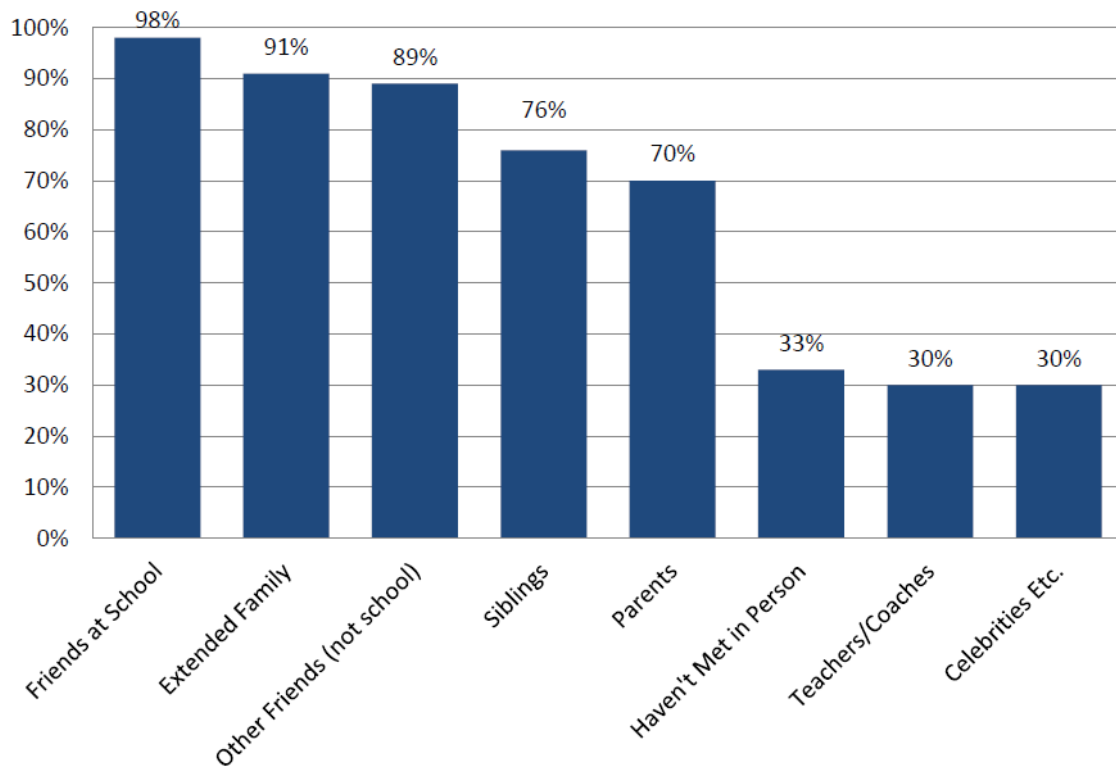


Figura 17: Tipos de "amigos" en Facebook en adolescentes de EE.UU. <sup>17</sup>

El mismo estudio [4] determina que un 60% de los adolescentes estadounidenses configura su perfil como privado, siendo en las chicas un 70% y en los chicos un 50%, un 25% lo hace parcialmente privado según la "amistad" y un 14% de los adolescentes estadounidenses tienen su perfil configurado como totalmente accesible a cualquier usuario.

<sup>17</sup> Fuente: Teens, social media, and privacy [4].

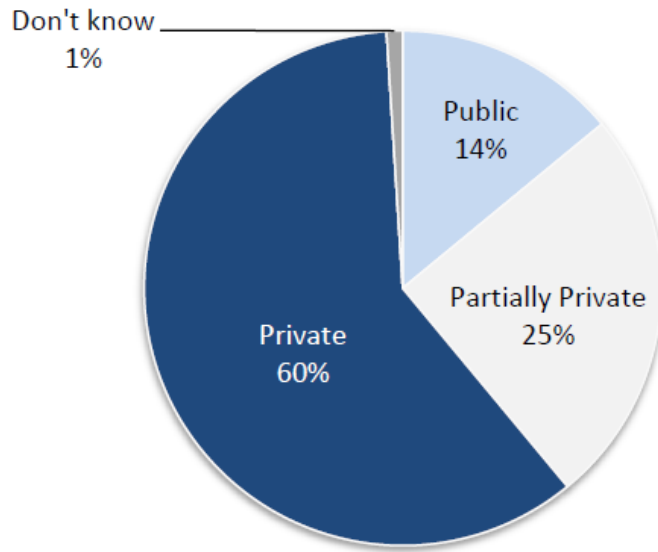


Figura 18: Privacidad del perfil de Facebook en adolescentes de EE.UU. <sup>18</sup>

Datos similares se desprenden del estudio español del INTECO (2012) [10], como puede apreciarse en la Figura 19.

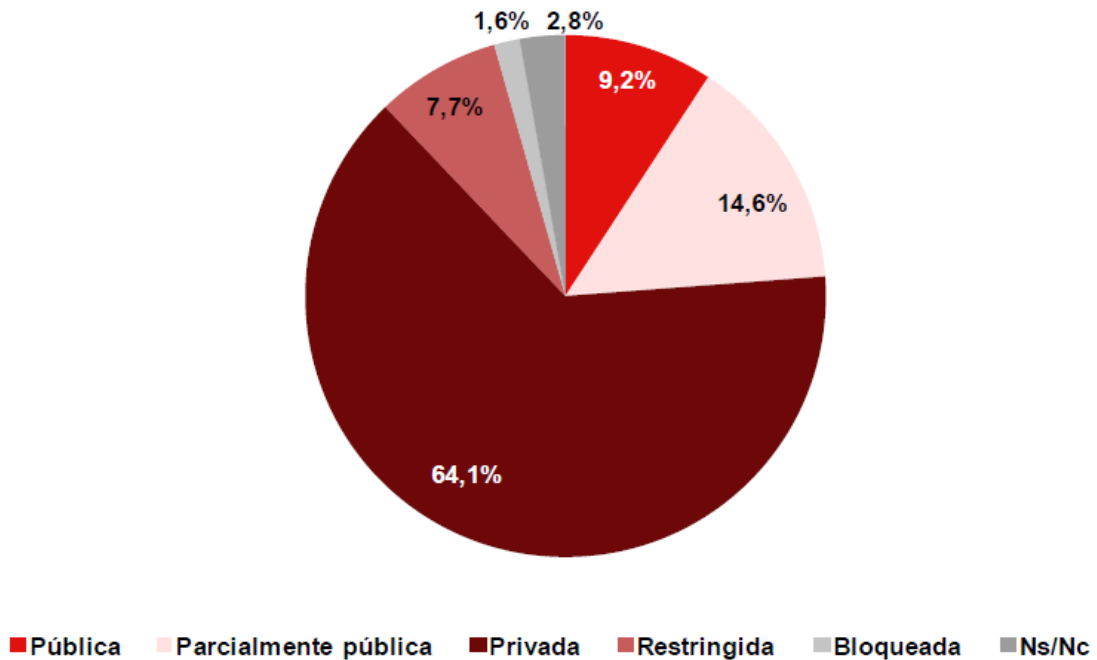


Figura 19: Nivel de privacidad del perfil en España en 2012 <sup>19</sup>

<sup>18</sup> Fuente: Teens, social media, and privacy [4].

<sup>19</sup> Fuente: Percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, INTECO [10].

En cuanto a **incidentes** acaecidos a consecuencia de los riesgos derivados de información publicada en las redes sociales, según INTECO (2012) [10], un 7,1% de los usuarios españoles de redes sociales reconoce haber tenido problemas con un amigo, un 7% ha tenido problemas con su pareja e incluso el 3,7% ha tenido problemas en el trabajo con su jefe, según se aprecia en la Figura 20.

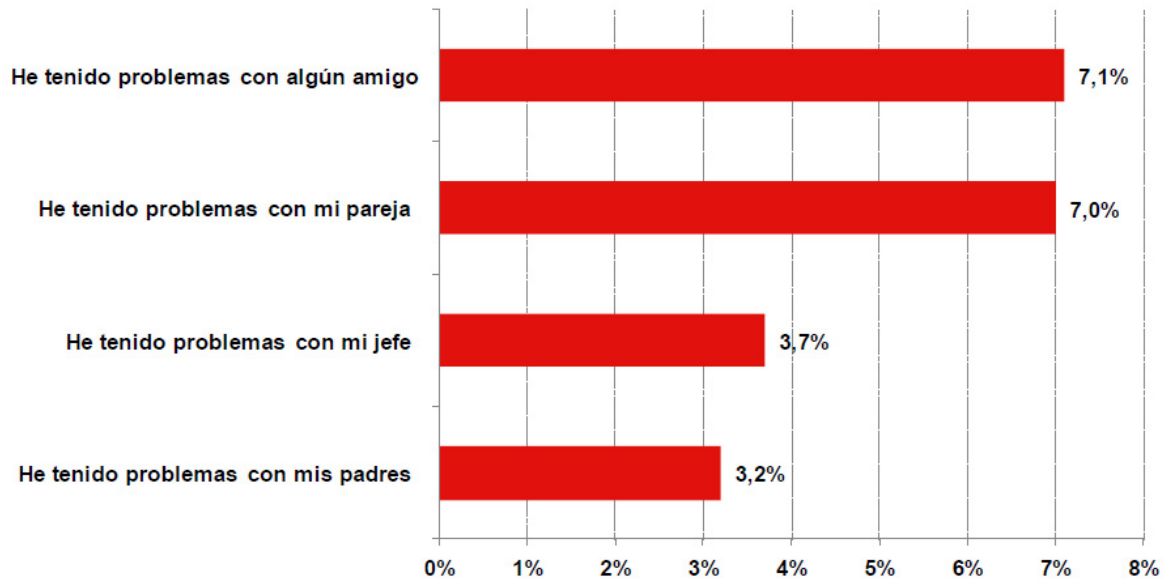


Figura 20: Incidencias ocurridas a causa de las redes sociales <sup>20</sup>

Según el estudio de Madden, Lenhart, et al. (2013) [4], los adolescentes estadounidenses que reconocen haber compartido información sensible que luego le ha ocasionado **problemas** a ellos o a otros miembros de su familia es de un 4%. Este porcentaje alcanza al 7% de las chicas de 17 años.

Asimismo, del citado estudio se desprende que el 39% de los adolescentes estadounidenses ha mentido sobre su edad para conseguir acceso en internet a **contenidos restringidos a los menores** de edad. Y un 30% dice haber recibido anuncios publicitarios en internet que claramente eran inadecuados para su edad.

De este mismo estudio [4] se desprende que un 17% de los adolescentes estadounidenses ha tenido algún contacto por internet que les hizo **sentir miedo** o incomodidad.

---

<sup>20</sup> Fuente: Percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, INTECO [10].

Además de los riesgos ya expuestos sobre las redes sociales, el estudio de On device research (2013) [6] llevado a cabo con 6.000 jóvenes de entre 16 y 34 años en seis países diferentes, revela que un 10% de los jóvenes ha sido **rechazado en un puesto de trabajo** al que optaban a causa de la información pública presente en su perfil en las redes sociales, siendo este dato mucho mayor en China, según se aprecia en la Figura 21.

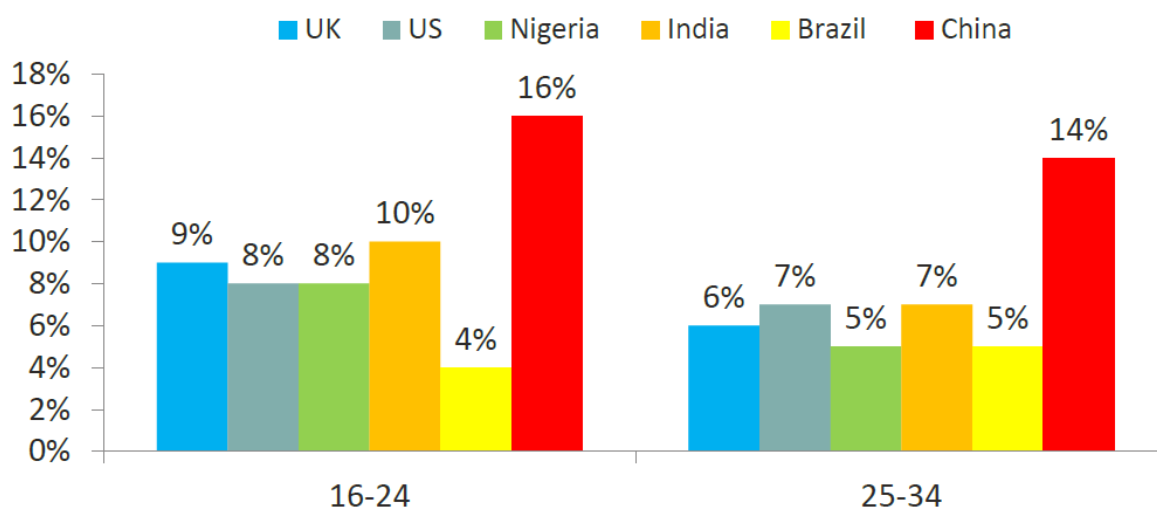


Figura 21: Candidatos a un puesto de trabajo que han sido rechazados por su perfil social <sup>21</sup>

De los datos aportados por el Grupo de Investigación de la Universidad Internacional de La Rioja "El quehacer educativo como acción" (2013) [5] en su reciente estudio basado en encuestas a 1.031 jóvenes españoles entre los 12 y los 18 años, se deduce que el 36,9% o bien no tiene en cuenta que puede regular el nivel de privacidad de su perfil, o bien nunca se ha fijado en ello. No obstante, el 70% de los encuestados reconoce mentir en la información que proporcionan en su perfil en las redes sociales.

Este estudio analiza también la incidencia en los menores españoles del acoso escolar a través de la red (*ciberbullying*) y nada menos que el 60,4% admite conocer a alguien que se ha sentido maltratado por algo que se ha dicho de él por internet y el 45,6% reconoce haber visto a algún amigo realizar acosos, frente a lo cual el 49,7% afirma no haber tratado de evitarlo.

<sup>21</sup> Fuente: Young People's Consumer Confidence Index Growth & Developed Markets [6].

En relación al acoso sexual por internet (*grooming*), el estudio descubre el alarmante dato de que el 21,2% ha recibido alguna petición de una fotografía comprometida y el 7,9% reconoce que alguna vez ha enviado fotografías suyas comprometidas y este porcentaje llega hasta el 24,2% en los jóvenes de 18 años. Asimismo el 28,8% reconoce haber recibido propuestas de carácter sexual por internet, siendo este porcentaje del 19,2% en los adolescentes de 13 años, frente al 56,3% de los de 18 años.

### 3.2.2 Motivaciones de los usuarios al usar las redes sociales

Según Hagel y Armstrong (1997) [19] las **motivaciones** que intervienen en la creación de comunidades virtuales son:

- Un interés u objetivo común a otras personas.
- El deseo de compartir una experiencia o establecer relaciones sociales.
- El deseo de disfrutar de experiencias gratificantes o vivir una fantasía.
- La necesidad de realizar transacciones de diversa índole.

En relación a las motivaciones para usar las redes sociales, es de destacar el estudio de **Schaefer (2008) [3]** sobre las motivaciones y modelos de comportamiento en las redes sociales basado en una encuesta realizada a finales de 2007 en EE.UU. Sus resultados concluyen que las principales motivaciones son:

- Mantenerse en contacto: 72,7%.
- Reactivar contactos perdidos: 66,5%.
- Gestionar la red existente: 64%.
- Tener una agenda de contactos en línea: 38,1%.
- Comunicarse con los contactos: 33,5%.
- Usar las redes sociales para visibilidad y auto-representación: 32,7%.
- Establecer nuevos contactos: 29,9%.
- Búsqueda de empleo: 20,5%.
- Ocio y entretenimiento: 15,1%.

Según el estudio de Fundación Telefónica (2014) [16], la principal motivación de los usuarios españoles para usar las redes sociales es simplemente **estar comunicado** con su entorno, y este motivo alcanza a un 82,8% de los usuarios de Facebook, el 92,6% de Tuenti y el 69,2 de los usuarios de Twitter.

El estudio de The Cocktail Analysis (2013) [18], detalla mucho más las principales motivaciones de los usuarios de las 3 principales redes sociales en España, Facebook, Twitter y Tuenti, y son los que se aprecian en la Figura 22.

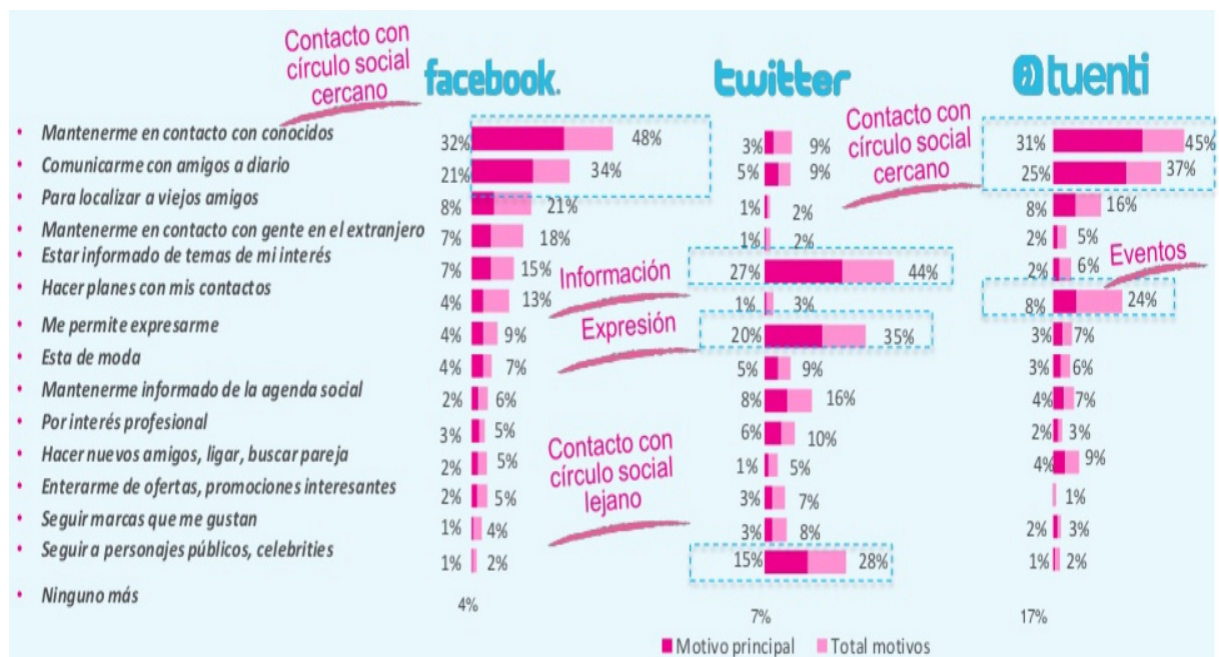


Figura 22: Motivaciones para las principales redes sociales en España 2013 <sup>22</sup>

### 3.2.3 Conciencia de los usuarios del riesgo en las redes sociales

Uno de los motivos por los cuales los usuarios comparten información personal y privada en las redes sociales podría ser porque no son conscientes del riesgo que ello les puede suponer o bien porque no saben cómo configurar las opciones de seguridad y privacidad de su perfil en las redes sociales.

<sup>22</sup> Fuente: Observatorio sobre las Redes Sociales en España 2013 [18].



Govani y Pashley (2005) [2] fueron pioneros en el estudio sobre el grado de conciencia de los usuarios en cuanto a las implicaciones que sobre su privacidad tenía el uso de Facebook cuando éste estaba en sus inicios.

Los autores descubren que el 80% de los usuarios no había leído la política de privacidad de Facebook, a pesar de lo cual el 40% afirmaba estar enterado de la política de Facebook en cuanto a compartir datos de los usuarios con otras empresas.

Y a pesar de que el 84% decía conocer que podía cambiar la configuración de seguridad y privacidad de su perfil, de ese 84% sólo el 48% había modificado la configuración de seguridad de su perfil.

Estos autores, después de preguntar a los usuarios si eran conscientes de que podían cambiar las opciones de seguridad y de la política de la red social vendiéndole sus datos a otras empresas, hicieron una comprobación 5 días después de la encuesta sobre si habían modificado la información personal sensible de sus perfiles y como resultado apreciaron cambios mínimos en la publicación de datos personales sensibles en los perfiles de los usuarios.

Los autores concluyen que incluso aunque los individuos se muestran concienciados sobre la privacidad en Internet, en realidad esa concienciación no hace que protejan su privacidad y se muestran dispuestos a embarcarse en actividades de riesgo en el uso de las redes sociales, como la publicación de datos personales que les identifique porque según ellos "no tenían nada que esconder" o "no les preocupaba si otras personas veían su datos personales".

En el reciente estudio de Madden, Lenhart, et al. (2013) [4] sobre los hábitos con las redes sociales de adolescentes estadounidenses se muestra que el 40% dice sentirse "muy" o "algo" preocupado con la información que ellos comparten en las redes sociales y que pudiera ser accesible a terceras empresas sin su consentimiento, pero de ellos sólo el 9% dice estar "muy" preocupado. Un 60% dice estar "no muy" preocupado por ello y un 22% "en absoluto" lo está. En cambio el 81% de los padres sí se muestran "muy" o "algo" preocupados.

Según este estudio un 61% de los adolescentes encuestados ha comprobado la configuración de privacidad de su perfil en Facebook en el último mes, un 17% lo hizo en el último año, el

6% no lo ha mirado desde su creación, un 5% reconoce no haberlo hecho nunca y un 12% no lo sabe o no lo recuerda.

Del reciente estudio de On device research (2013) [6] sobre 6.000 jóvenes de entre 16 y 34 años en seis países diferentes se concluye que aproximadamente dos tercios de ellos no están preocupados de que su uso de las redes sociales pueda afectarles negativamente en su futura carrera profesional.

Del trabajo de investigación del INTECO (2012) [10] sobre la percepción de los usuarios españoles acerca de su privacidad en Internet, cabe destacar que se sienten seguros en lo que respecta a la protección de sus datos personales.

Como se aprecia en la Figura 23, cerca del 64% de los internautas españoles considera que Internet ofrece un grado de seguridad alto o muy alto en cuanto a la protección de datos personales. En el otro extremo, solo un 2,1% de los usuarios declara que la red le proporciona un nivel de seguridad muy bajo.

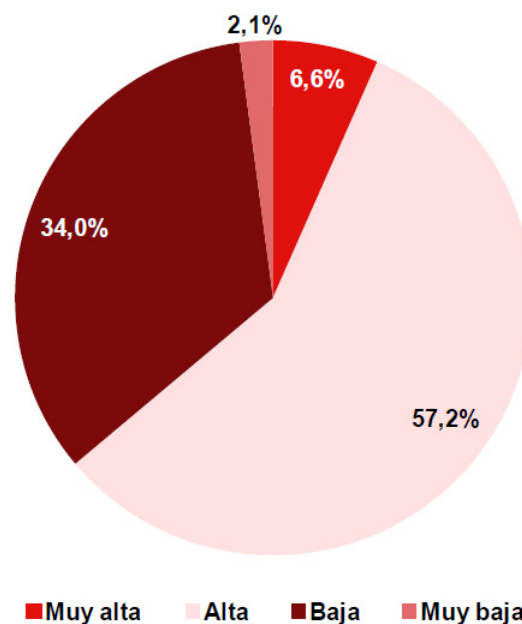


Figura 23: Percepción de la seguridad en la protección de datos personales en Internet <sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Fuente: Percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, INTECO [10].

El estudio también pregunta a los usuarios sobre su percepción acerca del anonimato en internet, según se muestra en la Figura 24 y destaca que dos tercios de los internautas españoles se siente anónimo en Internet.

Incluso un 8,4% se siente completamente anónimo, declarando que *"Internet le permite actuar de manera anónima siempre que quiere"*. Más moderado se sitúa un mayoritario 57,4%, que reconoce que *"Internet le permite mantener su anonimato, pero es consciente de que existen datos que escapan a su control"*.

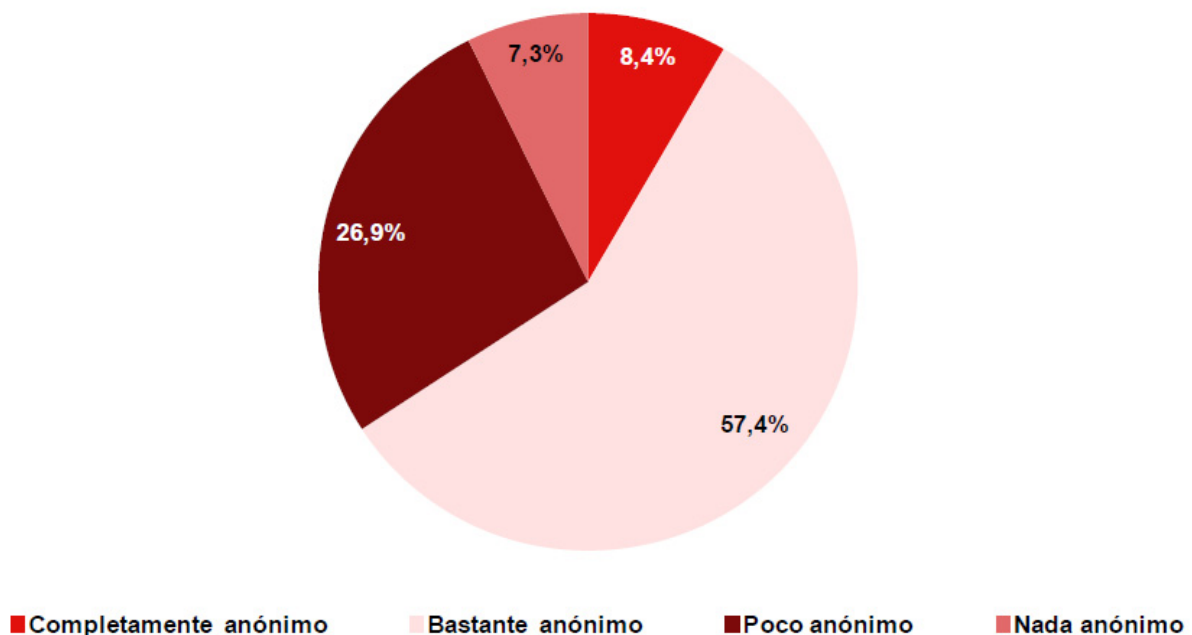


Figura 24: Percepción de anonimato en Internet <sup>24</sup>

Según este mismo estudio [10], la cuestión de la privacidad preocupa considerablemente al usuario de Internet español, según se desprende de la Figura 25.

Un 22,1% de ellos califica en 7, en una escala del 0 al 10, su nivel de preocupación con respecto a la privacidad en Internet. En total, un 45,1% de los encuestados se sitúa entre el 7 y el 10 en grado de preocupación declarado, mientras que menos de un 17% se acomoda en el tramo de 0 a 4, más cercanos a la condición "Nada preocupado".

---

<sup>24</sup> Fuente: Percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, INTECO [10].

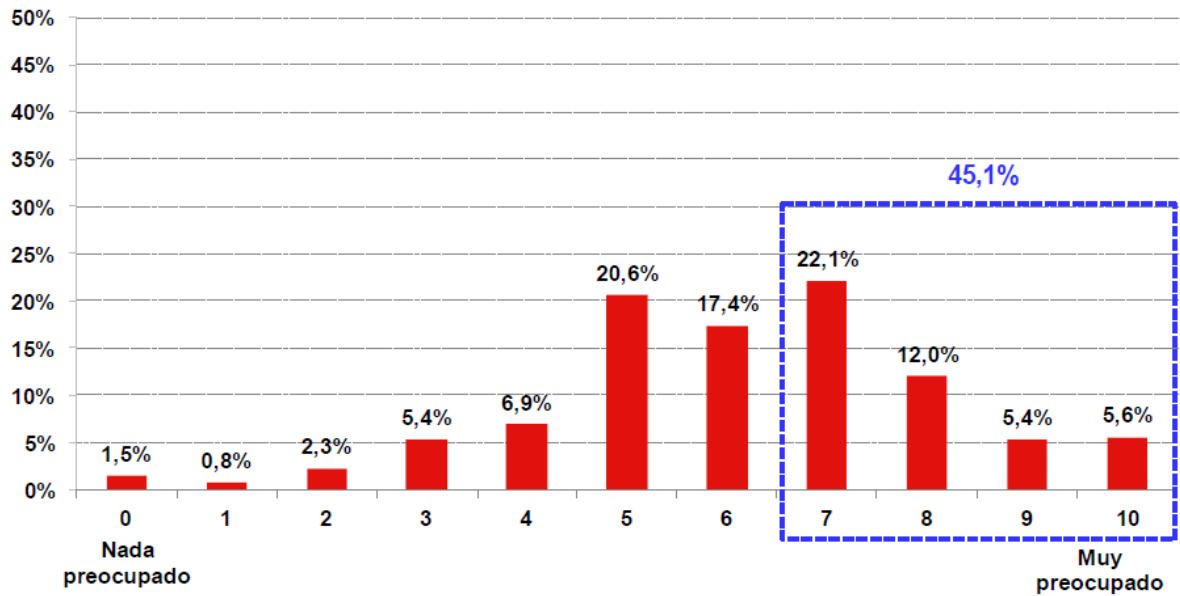


Figura 25: Grado de preocupación con respecto a la privacidad en Internet <sup>25</sup>

Respecto a la familiaridad del usuario con las políticas de privacidad de redes sociales, según se muestra en la Figura 26, casi la mitad de los usuarios cree conocer lo suficiente acerca del uso que la red social hace de la información publicada en el perfil, y cerca del 20% afirma conocerlo bastante bien.

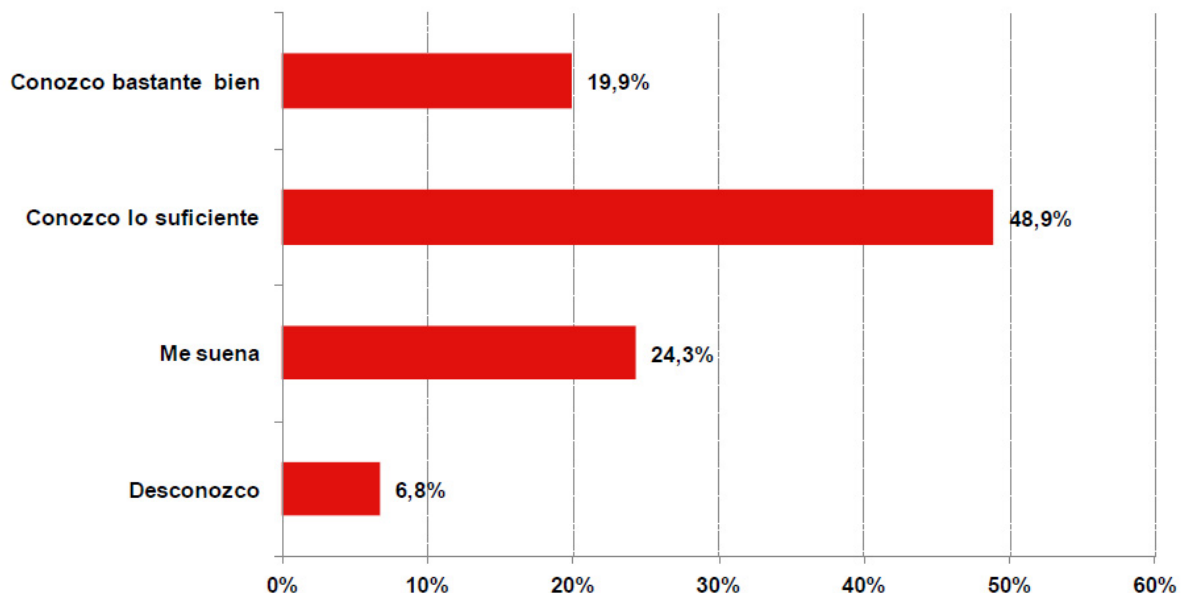


Figura 26: Conocimiento de la utilización de la información publicada en su perfil <sup>26</sup>

<sup>25</sup> Fuente: Percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, INTECO [10].

Dado que la información de los perfiles eliminados permanece en poder de la empresa que gestiona la red social, en el trabajo de investigación del INTECO (2012) [10] también se preguntaba a los usuarios por el conocimiento del uso que hace la red social de la información contenida en perfiles eliminados y los resultado se aprecian en la Figura 27.

El 35,2% dice conocerlo lo suficiente, e incluso un 15,9% afirma conocerlo bastante bien, pero un importante 32,7% manifiesta que simplemente le suena, y un 16,3% lo desconoce completamente.

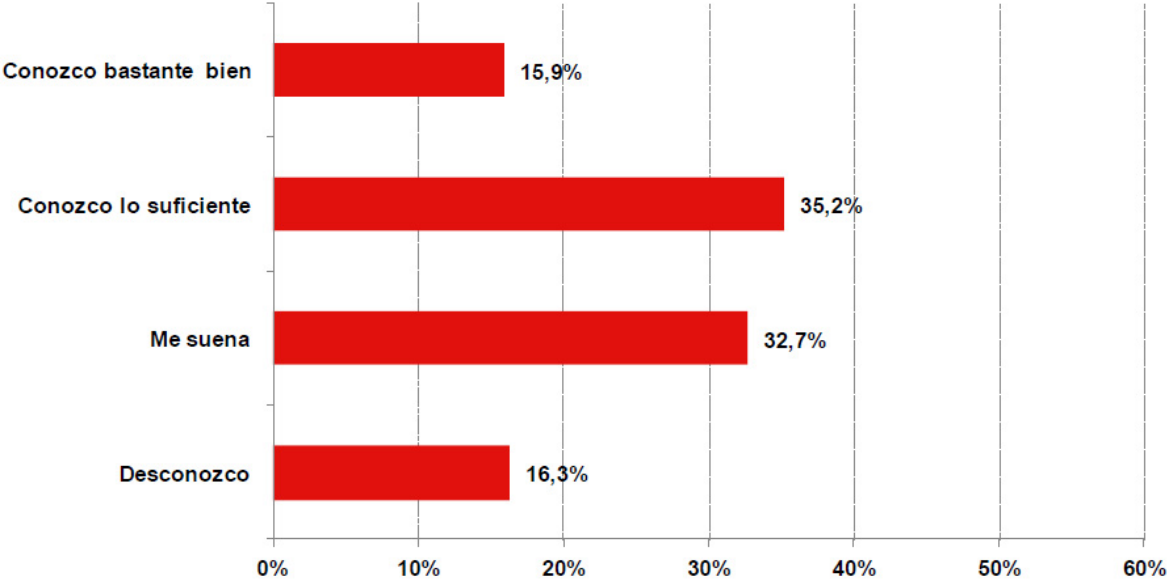


Figura 27: Conocimiento del uso de la red social de la información de perfiles eliminados <sup>27</sup>

Por último, el estudio analiza hasta qué punto los usuarios de redes sociales conocen cómo comparte la red social la información publicada por los usuarios con otras empresas.

---

<sup>26</sup> Fuente: Percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, INTECO [10].

<sup>27</sup> Fuente: Percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, INTECO [10].

Como se deduce de la Figura 28, la opción mayoritaria, señalada por un 36% de los usuarios de redes sociales, es que lo conoce lo suficiente. Solo un 13,4% afirma conocer bastante bien las particularidades del intercambio de información personal con otras empresas.

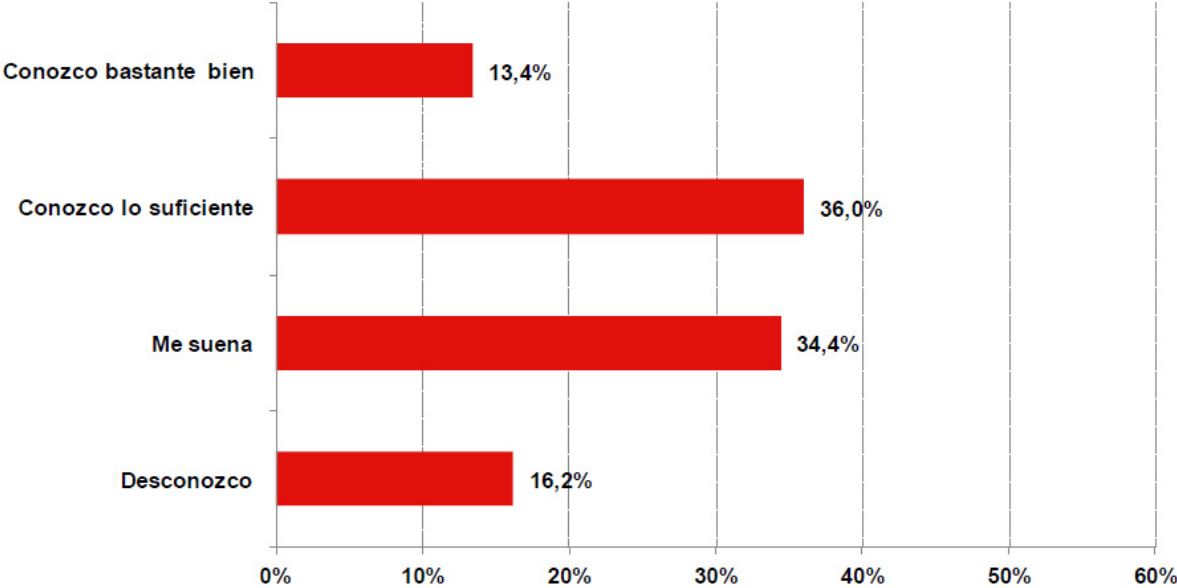
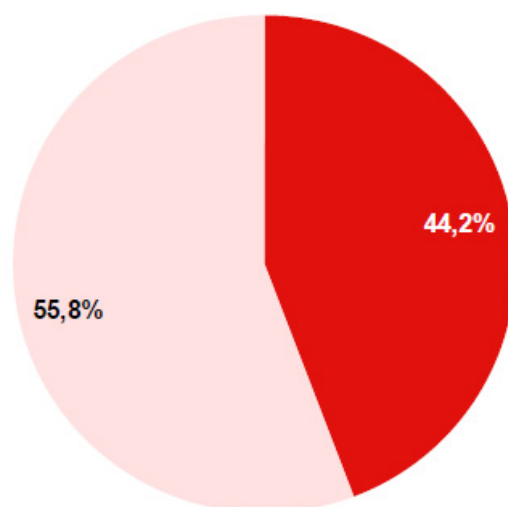


Figura 28: Conocimiento de cómo comparte la red social la información con otras empresas <sup>28</sup>

En base a todos los datos obtenidos, INTECO (2012) [10] concluye, según se representa en la que el 44,2% de los usuarios son cuidadosos con su privacidad, frente a un mayoritario 55,8% que no se muestran cuidadosos con su privacidad en internet.

---

<sup>28</sup> Fuente: Percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, INTECO [10].



■ **Usuarios cuidadosos con su privacidad**    ■ **Usuarios no cuidadosos con su privacidad**

*Figura 29: Importancia de la privacidad en internet <sup>29</sup>*

Del estudio del estudio anual sobre las redes sociales en España 2013 de IAB Spain y Elogia (2013) [17] resulta curioso destacar su descubrimiento de que entre los no usuarios de las redes sociales, un 33% alegaba como motivo para no unirse a ellas el miedo a perder la privacidad, según se puso de manifiesto anteriormente en la Figura 9.

De los estudios españoles más recientes, el del Grupo de Investigación de la Universidad Internacional de La Rioja "El quehacer educativo como acción" (2013) [5] descubre que el 55,1% de los adolescentes españoles admite que o bien no ha pensado, o bien no considera probable, que lo que escribe en la red tenga consecuencias para su futuro y sin embargo el 53,3% se declara muy consciente de que lo que se publica en internet puede llegar a manos de otros.

Respecto a la posibilidad de configurar el nivel de privacidad en las redes sociales, el 36,9% o bien no lo tiene en cuenta, o bien nunca se ha fijado en ello.

---

<sup>29</sup> Fuente: Percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, INTECO [10].





## 4 Conclusiones y trabajo futuro

Se ha realizado una revisión sistemática de los trabajos y estudios elaborados en torno a los riesgos de las redes sociales informáticas y el nivel de conocimiento que los usuarios tienen de los mismos y se ha llevado a cabo un meta-análisis para integrar sus hallazgos en relación a los objetivos específicos planteados en este trabajo de investigación teórica.

Todo ello dentro del contexto social y tecnológico en el que se desenvuelven las redes sociales y su fuerte auge desde los inicios hasta la actualidad, en que han conseguido ser vistas por muchos como una fase más de los continuos e imparables avances tecnológicos, teóricamente puestos al servicio de los ciudadanos pero que en muchas ocasiones sólo responden a los intereses empresariales de sus creadores y de ávidas empresas en busca de nuevos y ventajosos negocios.

Es de destacar que los estudios y trabajos realizados por las empresas implicadas de una forma u otra en el negocio de las redes sociales, como las empresas proveedoras de acceso a internet o las del sector publicitario, tienden a no ocuparse de los riesgos del uso de las mismas o a minimizarlo.

Por el contrario, desde el sector académico normalmente se analizan las redes sociales desde el punto de vista de una tecnología neutra e intentan analizar sus posibilidades en los diferentes ámbitos, como el educativo, el del entretenimiento, el de la comunicación y otros, pero rara vez se ocupan de aportar un análisis crítico sobre sus implicaciones en materia de seguridad y privacidad.

Y desde los organismos gubernamentales, que debieran velar por los derechos de los ciudadanos frente a la voracidad por el beneficio de las empresas implicadas, con frecuencia asumen un papel de mero espectador, cuando no de cómplice necesario.

La síntesis realizada de los trabajos estudiados en torno a las implicaciones que sobre la privacidad y la seguridad puede tener un uso descuidado de las redes sociales, permite concluir que ya desde los inicios se apreciaba que hacer públicos datos personales de forma que se facilitara la identificación directa o indirecta de quien los publicaba podría suponer

serios riesgos para los usuarios, pues terceros usuarios o empresas podrían utilizarlos de forma malintencionada causando todo tipo de inconvenientes, fundamentalmente los relacionados con la vulneración de derechos fundamentales, como el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, el derecho al secreto de las comunicaciones, el derecho a la protección de datos de carácter personal, el derecho a la protección de la propiedad intelectual e industrial y los derechos de consumidores y usuarios.

Pero todo esto, con ser digno de consideración, se queda relegado a un segundo plano al analizar las implicaciones que el uso indiscriminado de las redes sociales tiene sobre la seguridad y privacidad de los menores de edad, que se han sumado entusiastas al uso con demasiada frecuencia irreflexivo de las mismas, lo que da vía libre a quienes quieren usarlas para hacerles daño, siendo especialmente grave el riesgo de acoso, tanto escolar como sobre todo el realizado con fines sexuales.

Los trabajos de todo tipo analizados muestran que los usuarios y más aún los jóvenes publican una gran cantidad de datos personales que fácilmente pueden identificarlos y ser usados de forma ilícita, que consideran como amigos a personas que en modo alguno tendrían esa consideración en la vida real, pues en realidad son unos desconocidos que no se sabe hasta qué punto mienten incluso en su identidad ni con qué fines.

Resulta especialmente preocupante que muchos usuarios y más aún adolescentes no apliquen unas normas mínimas de uso y configuración para preservar su intimidad y no comprometer su seguridad y la de su entorno.

Un número no despreciable de usuarios reconoce haber tenido problemas a causa de las redes sociales, tanto en el ámbito personal, como familiar, escolar o profesional.

Y destaca como especialmente preocupante que un nada desdeñable número de adolescentes usuarios de las redes sociales reconozcan haber sido objeto de intentos de acoso, tanto escolar como sexual, sin que aparentemente nadie se ocupe adecuadamente de su protección.

Respecto a las motivaciones que llevan a los usuarios a usar las redes sociales y en particular a su uso imprudente, la síntesis realizada indica que los usuarios anteponen sus necesidades comunicativas, de relación interpersonal y de pertenencia a un determinado círculo, a

cualquier otra consideración, lo que les lleva a buscar más posibles amistades sin reparar en los riesgos.

Finalmente, en cuanto al grado de conocimiento de todos los posibles riesgos de las redes sociales, el meta-análisis realizado permite concluir que aunque algunos dicen ser ciertamente conscientes de los riesgos, una gran mayoría los asume, casi sin problemas, lo cual es especialmente grave en el caso de los menores.

Como posible trabajo futuro podría plantearse una investigación en torno a la incidencia real de todos estos riesgos planteados en el uso indiscriminado de las redes sociales y analizar si ciertamente hay una relación causal entre el posible aumento de casos graves de delitos, como el de pederastia o de vulneraciones flagrantes de la intimidad de las personas, algunos de cuyos casos nos sobresaltan periódicamente en los medios de comunicación.

Igualmente cabría buscar alguna correlación entre el rendimiento académico y profesional y un uso intensivo de las redes sociales o cómo éste afecta a las relaciones de pareja, a la familia y amistades reales o incluso a la estructura y organización de la sociedad.



## 5 Referencias bibliográficas

- [1] Gross, R., y Acquisti, A. (2005, noviembre). Information revelation and privacy in online social networks. En *Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society* (pp. 71-80). ACM.
- [2] Govani, T., y Pashley, H. (2005). Student awareness of the privacy implications when using Facebook. *Unpublished paper presented at the "Privacy Poster Fair" at the Carnegie Mellon University School of Library and Information Science, 9.*
- [3] Schaefer, C. (2008). Motivations and usage patterns on social network sites. En *Proceedings of the 16th European Conference on Information Systems, ECIS 2008*, Galway, Ireland. Paper 143.
- [4] Madden, M., Lenhart, A., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A., y Beaton, M. (2013, 21 de mayo). Teens, social media, and privacy. Pew Research Center. Extraído el 2 de mayo de 2014 desde <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>
- [5] Grupo de Investigación de la Universidad Internacional de La Rioja "El quehacer educativo como acción" (2013, 17 de julio). Retos ético-pedagógicos en entornos virtuales. Análisis de la realidad y propuestas educativas. Extraído el 28 de abril de 2014 desde [http://www.menoreseninternet.com/descargas/resultados\\_estudio\\_UNIR\\_GDI.pdf](http://www.menoreseninternet.com/descargas/resultados_estudio_UNIR_GDI.pdf)
- [6] On device research (2013, 29 de mayo). Young People's Consumer Confidence Index Growth & Developed Markets, May 2013. Extraído el 28 de abril de 2014 desde <http://www.slideshare.net/OnDevice/young-peoples-consumer-confidence-index-22121437>
- [7] Federal Bureau of Investigation (FBI) (2012). Internet Social Networking Risks. Extraído el 2 de junio de 2014 desde

<http://www.fbi.gov/about-us/investigate/counterintelligence/internet-social-networking-risks>

- [8] Ministerio del Interior, Plan Contigo (2011). Seguridad en Internet. Extraído el 10 de junio de 2014 desde [https://www.guardiacivil.es/documentos/Especiales/seguridad\\_en\\_internet.pdf](https://www.guardiacivil.es/documentos/Especiales/seguridad_en_internet.pdf)
- [9] Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, INTECO (2009, 12 de febrero). Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online. Extraído el 2 de junio de 2014 desde [http://www.inteco.es/CERT/guias\\_estudios/Estudios/est\\_red\\_sociales\\_es](http://www.inteco.es/CERT/guias_estudios/Estudios/est_red_sociales_es)
- [10] Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, INTECO (2012, 3 de diciembre). Estudio sobre la percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet. Extraído el 2 de junio de 2014 desde [http://www.inteco.es/CERT/guias\\_estudios/Estudios/Estudio\\_Privacidad](http://www.inteco.es/CERT/guias_estudios/Estudios/Estudio_Privacidad)
- [11] Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, INTECO (2008, 21 de octubre). Guía legal sobre las redes sociales, menores de edad y privacidad en la Red. Extraído el 2 de junio de 2014 desde [http://www.inteco.es/CERT/guias\\_estudios/guias/guiaManual\\_redes\\_menores](http://www.inteco.es/CERT/guias_estudios/guias/guiaManual_redes_menores)
- [12] Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, INTECO (2010, 11 de febrero). Guías de ayuda para la configuración de la privacidad y seguridad de las redes sociales. Extraído el 2 de junio de 2014 desde [http://www.inteco.es/CERT/guias\\_estudios/guias/guia\\_ayuda\\_redes\\_sociales](http://www.inteco.es/CERT/guias_estudios/guias/guia_ayuda_redes_sociales)
- [13] Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, INTECO (2008, 15 de mayo). Guía legal sobre privacidad en Internet. Extraído el 2 de junio de 2014 desde [http://www.inteco.es/CERT/guias\\_estudios/guias/guiaManual\\_privacidad\\_internet](http://www.inteco.es/CERT/guias_estudios/guias/guiaManual_privacidad_internet)
- [14] Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, INTECO (2009, 28 de mayo). Guía legal sobre cyberbullying y grooming. Extraído el 2 de junio de 2014 desde [http://www.inteco.es/CERT/guias\\_estudios/guias/guiaManual\\_groming\\_ciberbullying](http://www.inteco.es/CERT/guias_estudios/guias/guiaManual_groming_ciberbullying)

- [15] Labrador, F. J., Requesens, A., y Helguera, M. (2011). *Guía para padres y educadores sobre el uso seguro de Internet, móviles y videojuegos*. Madrid: Fundación Gaudium.
- [16] Fundación Telefónica (2014). *La Sociedad de la Información en España 2013*. Madrid: Ariel y Fundación Telefónica. Extraído el 5 de mayo de 2014 desde [http://www.fundacion.telefonica.com/es/arte\\_cultura/publicaciones/sie/sie2013.htm](http://www.fundacion.telefonica.com/es/arte_cultura/publicaciones/sie/sie2013.htm)
- [17] IAB Spain y Elovia (2013, 10 de enero). Estudio sobre las Redes Sociales en España 2013. Extraído el 26 de mayo de 2014 desde [http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS\\_reducida.pdf](http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS_reducida.pdf)
- [18] The Cocktail Analysis (2013, 16 de abril). Observatorio sobre las Redes Sociales en España 2013. Extraído el 26 de mayo de 2014 desde <http://es.slideshare.net/TCAnalysis/5-oleada-observatorio-redes-sociales>
- [19] Hagel III, J. y Armstrong, A. (1997). *Net gain: Expanding markets through virtual communities*. Boston, EE.UU: Harvard Business School Press.
- [20] Castelló Martínez, A. (2010): La orientación empresarial hacia el cliente en la Web 2.0. En *Miguel Hernández Communication Journal*, nº 1, pp. 99-131.
- [21] Tello Díaz, L. (2013). Intimidad y «extimidad» en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de Facebook. *Comunicar*, 21(41), 205-213.
- [22] Sánchez Meca, J. (2010). Cómo realizar una revisión sistemática y un meta-análisis. *Aula Abierta*, 38(2), 53-64.