

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“LA SOBRECOMUNICACIÓN CON EL USO DE FACEBOOK  
Y SU INCIDENCIA EN LA PÉRDIDA DE PRIVACIDAD”**

Proyecto de tesis presentado por

**ALEJANDRA PATRICIA RODAS CASTRO**

Previo a optar al título de

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Asesora de tesis:

Licenciada Silvia de Paniagua

Guatemala, mayo de 2014

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**CONSEJO DIRECTIVO**

**Director**

Lic. Julio Moreno Sebastián

**Representantes docentes**

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

**Representantes estudiantiles**

Joseph Mena

Carlos León

**Representante de egresados**

Lic. Michael González Bártres

**Secretaria**

M.A. Claudia Molina

**TRIBUNAL EXAMINADOR**

Licda. Silvia de Paniagua (Presidente Asesor)

M.A. Wagner Díaz

Lic. Armando Sipac

M. Sc. David Chacón

M. Sc. Sergio Morataya

Dra. Lesvia Morales



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Guatemala, 03 de septiembre de 2013  
Dictamen aprobación 127-13  
Comisión de Tesis

Estudiante  
**Alejandra Patricia Rodas Castro**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Rodas**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.1 del punto 1 del acta 14-2013 de sesión celebrada el 03 de septiembre de 2013 que literalmente dice:


*1.1 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (a la) estudiante Alejandra Patricia Rodas Castro, carné 200916766, el proyecto de tesis: LA SOBRECUMUNICACIÓN CON EL USO DE FACEBOOK Y SU INCIDENCIA EN LA PÉRDIDA DE PRIVACIDAD. B) Nombrar como asesor(a) a: Licenciada Silvia de Paniagua.*

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
**M.A. Aracelly Mérida**  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Guatemala, 04 de noviembre de 2013.  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 92-2013

Estudiante  
**Alejandra Patricia Rodas Castro**  
Carné 200916766  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Rodas**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: LA SOBRECUMUNICACIÓN CON EL USO DE FACEBOOK Y SU INCIDENCIA EN LA PÉRDIDA DE PRIVACIDAD.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

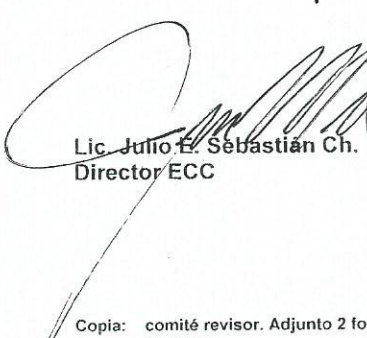
Licda. Silvia de Paniagua, presidente(a).  
M.A. Wangner Díaz, revisor(a)  
Lic. Armando Sipac, revisor(a).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC



Copia: comité revisor. Adjunto 2 fotocopias del informe final de tesis y respectiva boleta de evaluación.  
Larissa  
Archivo.  
AM/JESCH/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



## Autorización informe final de tesis por Terna Revisora Guatemala, 2014

M.A.  
Aracelly Mérida,  
Coordinadora  
Comisión de Tesis  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.  
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante **Alejandra Patricia Rodas Castro**,  
carné **200916766**, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es:  
**"La sobrecomunicación con el uso de Facebook y su incidencia en la pérdida de privacidad"**

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"ID Y ENSEÑAD ATODOS"

M. A. Wagner Díaz  
Miembro Comisión Revisora

Lic. Armando Sipac  
Miembro Comisión Revisora

Licda. Silvia de Paniagua  
Presidente Comisión Revisora



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Guatemala, 17 de marzo de 2014.  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg- No. 32-2014

Estudiante  
**Alejandra Patricia Rodas Castro**  
Carné 200916766  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Rodas**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título LA SOBRECUMUNICACIÓN CON EL USO DE FACEBOOK Y SU INCIDENCIA EN LA PÉRDIDA DE PRIVACIDAD, siendo ellos:

Licda. Sylvia de Paniagua, presidente(a)  
M.A. Wangner Díaz, revisor(a).  
Lic. Armando Sipac, revisor(a)  
M.A. David Chacón, examinador(a).  
M.Sc. Sergio Morataya, examinador(a).  
Dra. Lesvia Morales, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.


Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC



Copia: Larissa.  
Archivo.  
AM/JESCH/IEunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

Guatemala, 22 de mayo de 2014.  
**Orden de impresión/NR**  
Ref. CT-Akmg- No. 31-2014

Estudiante  
**Alejandra Patricia Rodas Castro**  
Carné 200916766  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Rodas**:

Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: LA SOBRECUMUNICACIÓN CON EL USO DE FACEBOOK Y SU INCIDENCIA EN LA PÉRDIDA DE PRIVACIDAD, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; seis ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.


Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**



  
**M.A. Aracely Merida**  
Coordinadora Comisión de Tesis

  
**Lic. Julio E. Sebastián Ch.**  
Director ECC

Copia: archivo  
AM/JESCH/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

Para efectos legales,  
únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.



## Dedicatoria

### **A Dios Todopoderoso y Omnipotente,**

que es tan bueno conmigo y a cada instante me muestra su inmenso amor.

### **A mi familia, los Rodas Castro,**

que están en las buenas y en las malas. Por ser la luz más brillante y el rayo de sol más cálido en mi camino. Y para que permanezca guardado en la posteridad, porque *“los quiero como las cosas que existen, que no existen, que siempre van a existir, que nunca van a existir, que existen y ya no existirán, que existían y ya no existen, que van a existir y aun no existen...”*

### **A Paolo Bonilla,**

una de las mayores bendiciones en mi vida. Por tu ánimo, apoyo y especialmente, tu amor. Porque nada sería lo mismo si Dios no hubiera cruzado nuestros caminos.

### **A Karla Ruiz, Nataly Castro, Marcela Soto, María José Rodas y Blanca Valenzuela,**

por estar *aquí* más que *ahí* y ser *ángeles* más que *amigas*. Como ayer, hoy y siempre, ocupan un lugar importante en mi corazón. ¡Las quiero!

### **A todos quienes contribuyeron e hicieron posible este logro,**

Licenciada Silvia de Paniagua, Doctor Wagner Díaz, Licenciado Armando Sipac, Máster Aracelly Mérica, Máster José María Torres y más ángeles.

*"Te amo, oh Jehová, fortaleza mía."*  
Salmos 18:1

# Índice

Página

## Resumen

## Capítulo 1

### Anotaciones preliminares

1.1 Introducción .....	1
1.2 Antecedentes .....	2
1.3 Justificación del tema .....	4
1.4 Descripción y delimitación del tema .....	5
1.5 Objetivos	
1.5.1 Objetivo general .....	6
1.5.2 Objetivos específicos .....	6

## Capítulo 2

### La comunicación

2.1 Concepto de comunicación.....	7
2.1.1 Comunicación a través de Internet.....	8
2.2 El proceso comunicativo.....	9
2.3 ¿Qué es “sobrecomunicación”?.....	11
2.4 La sobrecomunicación en el modelo tradicional de comunicación.....	12

## Capítulo 3

### El sitio de red social Facebook

3.1 El surgimiento de Internet.....	15
-------------------------------------	----

3.2 El nacimiento de los sitios de redes sociales .....	16
3.2.1 ¿Qué son? .....	18
3.2.2 ¿Para qué sirven? .....	19
3.2.3 Nace Facebook .....	21
3.2.3.1 Breve guía de usuarios .....	25

## **Capítulo 4**

### **La privacidad**

4.1 Definición .....	30
4.2 El derecho a la privacidad .....	31
4.3 La pérdida de privacidad .....	33
4.4 La privacidad en Internet .....	33
4.4.1 La privacidad en las redes sociales .....	37
4.4.2 El caso de Facebook .....	39

## **Capítulo 5**

### **La sobrecomunicación con el uso de Facebook y su incidencia en la pérdida de privacidad**

5.1 Los esfuerzos de Facebook en pro de la privacidad de sus usuarios .....	42
5.1.1 Modificaciones a las políticas de privacidad .....	46
5.2 La pérdida de privacidad en Facebook .....	47
5.2.1 Las deficiencias de Facebook .....	48
5.2.2 Ignorancia .....	50
5.2.3 Desacato a las políticas de privacidad .....	50
5.2.4 La subestimación del peligro .....	52
5.2.5 La sobrecomunicación de los usuarios .....	52

5.3 La sobrecomunicación en Facebook .....	54
5.3.1 La estrecha línea entre comunicar y sobrecomunicar .....	58
5.3.2 Las consecuencias para el usuario .....	59
5.3.3 El uso de la información obtenida .....	60
5.3.4 ¿Cómo resguardar la privacidad en Facebook? .....	62
5.4 El aspecto legal: demandas a Facebook por violación a la privacidad..	65
<b>Conclusiones</b> .....	69
<b>Recomendaciones</b> .....	71
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	72
<b>E-grafía</b> .....	75
<b>Glosario</b> .....	79
<b>Índice de ilustraciones</b>	
1. El perfil de Facebook de Mark Zuckerberg .....	23
2. Datos relevantes de Facebook .....	24
3. Página de inicio de Facebook .....	26
4. Tentaciones en Facebook .....	29
5. La privacidad en Facebook .....	41
6. Privacidad en Internet .....	51
7. Datos privados para evitar publicar en las redes sociales .....	56
8. El sentido común en Facebook .....	57
9. Acceso directo a la configuración básica de la privacidad en Facebook .	63
10. Presentando Facebook Graph .....	66

## **Índice de esquemas**

1. El proceso de comunicación ..... 10

## **Índice de cuadros**

1. Términos frecuentes en Facebook ..... 28
2. Ficha técnica de la película Una vida privada ..... 32

## **Índice de gráficas**

1. La privacidad en Internet ..... 35

# Resumen

La presente monografía trata sobre cómo la red social Facebook puede prestarse a que sus usuarios –ya sea con o sin noción– se excedan en la información que transmiten o ventilan a través de esta, cayendo así en la sobrecomunicación, misma que pudiera desencadenar la pérdida de su privacidad. Para ello su elaboración se fundamentó en dos fases:

## **1. Fase heurística:**

Se buscó y recopiló información y datos de las fuentes de información en libros, tesis de grado, estudios, artículos, folletos, revistas, películas a través de fuentes bibliográficas y búsquedas en Internet.

## **2. Fase hermenéutica:**

Se investigó, analizó, interpretó y clasificó la información que se obtuvo en la fase heurística. A partir de ahí se establecieron los conceptos y temas fundamentales, útiles para ampliar el tema de monografía, misma que introduce ideas que todo usuario de Facebook debe conocer.

Esta monografía busca explorar el concepto de sobrecomunicación, pues aunque aún no ha sido ampliamente estudiado ni se ha convertido de dominio popular, podría confundirse con el de comunicación. Tal como se puede interpretar, evoca la exageración en la comunicación, la mayoría de veces sin que el usuario lo note o perciba su potencial peligro.

La importancia recae en que, al sobre comunicar, cualquier persona está en peligro de proporcionar información innecesaria que posteriormente pudiera ser usada con fines negativos. Pero, más que eso, puede implicar la exposición de la privacidad, uno de los derechos fundamentales de los seres humanos reconocidos

por las Naciones Unidas. Este recalca el valor de resguardar el espacio físico o psicológico que nos brinda una sensación de intimidad y control.

Con los constantes avances tecnológicos la privacidad parece casi imposible de resguardar. Algunos autores incluso creen que está “muerta”, pero otros se muestran más positivos y ofrecen herramientas para identificar la sobrecomunicación y el riesgo que pudiera representar.

Facebook, como red social, es una herramienta de interacción y entretenimiento en la que fácilmente puede exhibirse la privacidad. Recordemos, pues, que la privacidad es bidireccional, lo que significa que se debe velar por no exponerla, así como de identificar cuando se está llegando a un punto en el que el peligro potencial se hace más evidente.

Vale la pena recalcar que muchos usuarios de Facebook –como suele pasar con los sitios virtuales– dan por leídas y aceptan las condiciones de privacidad. Estas, en el caso de esta red social, son públicas, por defecto. Debido a esta y a otros aspectos que forman parte de la estructura y el funcionamiento de la red social, la empresa de Mark Zuckerberg ha sido afectada con algunas demandas que si bien no han afectado drásticamente la compañía, han representado arreglos económicos con los afectados y perfeccionamiento en sus políticas. Es un tema controversial que parecería no acabar.

Precisamente, esta investigación busca definir el concepto de sobrecomunicación para aprender a diferenciarlo de la comunicación, principalmente en el mundo virtual, que ofrece infinitas herramientas que la pueden poner en peligro.

De este modo cualquier usuario de Facebook será capaz de distinguir una situación de sobrecomunicación –y por ende sobreexposición– al usar Facebook.

También reconocerá qué compete a la red social y qué le incumbe como usuario para velar por mantener su vida privada como debería quedarse: privada.

La monografía titulada “La sobrecomunicación con el uso de Facebook y su incidencia en la pérdida de privacidad” comprendió una exhaustiva recopilación de datos bibliográficos que se presentan en una sucesión lógica y detallada a través de los capítulos de la misma.



# Capítulo 1

## Anotaciones preliminares

### 1.1 Introducción

El ser humano es un ser social, comunicarse es parte de su naturaleza. La comunicación ha evolucionado de dibujos en cavernas a cartas con plumas de tinta y posteriormente a los correos electrónicos. Actualmente, Internet es una herramienta ilimitada a través de la cual es posible transmitir y recibir cualquier tipo de información.

Los conocimientos y tecnologías relacionados con la comunicación son esenciales el desarrollo comunitario, pero suelen estar subutilizados. Es necesario tomar medidas que impulsen una planificación y aplicación adecuada de los programas de comunicación participativa, con una debida evaluación y control, para su fortalecimiento.

José Luis Molinuevo (2004) señala que las tecnologías no son un “anexo externo a nosotros, sino herramientas atraviesan absolutamente la vida cotidiana al punto de terminar siendo co-constitutivas de nuestra subjetividad y objetividad y, por ende, de nuestras sociedades”. ¿O es que acaso podemos imaginar nuestra vida sin computadoras, teléfono celular o internet?

El auge de la Web 2.0 y la relación de nuestras vidas con la red han llevado a manejar la idea del “yo digital” como parte de nuestra identidad. Con el propósito de hacerlo conocer al mundo, utilizamos las nuevas tecnologías de comunicación. En este campo, las redes sociales son una herramienta de fácil uso y acceso.

Es imprescindible para los usuarios de las redes sociales aprender a utilizar los sitios de redes sociales sin caer en la sobrecomunicación o exposición de la vida privada. Esto representa una tarea prioritaria especialmente para los usuarios de Facebook debido a la polémica que ha desatado el tema de “privacidad” en esta, la red social más popular en la actualidad.

## **1.2 Antecedentes**

En los seres humanos, la comunicación es un acto natural propio de su actividad mental, pues se deriva del pensamiento y el lenguaje. Un aspecto influyente es la capacidad psicosocial propia de cada individuo, lo que nos lleva a desarrollar la comunicación a nuestra propia manera.

Vivimos en una sociedad en donde poco a poco la tecnología va ganando terreno. Desde aproximadamente la década de los 80, cuando Internet se empezó a expandir, el mundo entero percibió una serie de cambios en su diario vivir.

“Las comunicaciones eran complejas, poco cómodas y en ocasiones no efectivas, sin embargo, con el establecimiento de las redes y conexiones globales, las percepciones hacia este tipo de cosas fueron cambiando, lo que llevo a que poco a poco las personas comenzaran a otorgarle confianza a los nuevos medios y dejando a un lado otros que de una u otra forma han acompañado la historia de las comunicaciones entre las personas”, explica Laura Castro en el sitio web: [http://eticografica.files.wordpress.com/2010/07/redes\\_sociales\\_lauracastro.pdf](http://eticografica.files.wordpress.com/2010/07/redes_sociales_lauracastro.pdf).

La pérdida de privacidad es una de las consecuencias negativas que la tecnología ha acarreado. En 1977, la comisión para el estudio de la protección de la privacidad de los Estados Unidos declaró un peligro en la red. Lo descubre como

gradual, y es que la erosión de las libertades individuales puede ir desgastándose o desvaneciéndose con el uso de tecnología de interacción y comunicación sistematizadas. Sucede que la información, almacenada en pequeños espacios virtuales, pudieran parecer inofensivos, pero su suma y complemento pueden explicar múltiples violaciones a los derechos de privacidad de un usuario.

De hecho, años después, un estudio de 2009 realizado por AT&T Labs y Worcester Polytechnic Institute descubrió que tanto anunciantes y otros posibles interesados en datos almacenados en las redes sociales son capaces de utilizar la información obtenida para reconstruir con ayuda de cookies, un perfil de la vida del usuario, incluyendo los hábitos de navegación.

Conforme Internet fue ampliando y perfeccionando sus herramientas, así también se fueron expandiendo las posibilidades de comunicación. El auge de las redes sociales virtuales ha alterado la manera en la que las personas se relacionan y ha introducido nuevos hábitos de conversación.

Frente a los medios como la radio, televisión o prensa, hay que incidir en que poco a poco a ese ecosistema de comunicación se han ido añadiendo redes virtuales, las que popularmente conocemos como redes sociales, explica la Doctora Ana Isabel Bernal Triviño. “Todo el mundo las ha visto o tiene un perfil en alguna de ellas. O ha visto Wikipedia o consulta algo en Youtube... están integradas en nuestras vidas”, aseguró en una conferencia impartida para ATR Andalucía. Granada en 2011.

Las redes sociales, originalmente creadas con el propósito de interrelacionar el mundo entero, juega un papel importante en la comunicación participativa, pues ofrece un sinfín de herramientas para hacerla posible. No obstante, la infinidad de posibilidades son un arma de doble filo: dado que es posible transmitir cualquier

tipo de información con el mundo, cualquier usuario de la red pudiera tener acceso a ella.

El estudio *Interferring Private Information Using Social Network Data* de la Universidad de Texas investigó el hecho de que cada vez con mayor frecuencia, los usuarios de redes sociales comparten información personal, concluye que “cualquier organización, utilizando diferentes algoritmos, puede prever o inferir información personal no divulgada directamente por el usuario, dejando de manifiesto que el problema de la protección de la privacidad en línea en redes sociales es algo muy real”.

### **1.3 Justificación del tema**

Internet domina ahora nuestras vidas. Gracias a las herramientas y al fácil acceso al mundo entero con un solo clic, inclusive la comunicación y la forma en que se desarrolla ha ido actualizándose según avanzan las tecnologías. Es un aspecto que contribuye al desarrollo social de un país.

El sitio de red social como Facebook es el más popular y tiene presencia casi en todo el mundo, la comunicación es mucho más fácil. Esto, más que una amplia herramienta de entretenimiento, interacción y acceso con el mundo, representa un potencial peligro para los usuarios. Así como se puede subir una foto, se puede proporcionar el número telefónico o la dirección personal sin darse cuenta, o en ocasiones, minimizando su riesgo.

La privacidad implica bienestar, protege la integridad de las personas y brinda una sensación de control sobre su entorno. La sobrecomunicación con el uso de Facebook representa un peligro, pues si bien una persona pudiera haber

analizado la información subida al perfil, su aspecto bidireccional no impide que alguien la reciba y pueda hacer mal uso de ella.

Perder la privacidad no implica necesariamente proporcionar datos precisos, pues el acceso de toda la información del mundo a un clic hace posible el rastreo de otra, la localización de detalles e información tan precisa.

Las fotos, videos, amistades y demás recursos de Facebook se complementan entre sí para brindar información capaz de hablar por sí sola. Esto, lejos de ser una maravilla tecnológica es un peligro inminente para cualquiera porque nos deja expuestos por completo al mundo.

Entonces, ¿cómo saber en qué momento se sobrecomunica? ¿Cómo identificar la pérdida de privacidad? ¿Cómo evitar perder la privacidad en Facebook? Estas son algunas de las interrogantes que todo usuario de la red social debería saber responder.

#### **1.4 Descripción y delimitación del tema**

La investigación de esta monografía diferencia los conceptos “sobrecomunicar” y “comunicar” y los aplica a un entorno virtual, específicamente a la red social Facebook.

Con la misma se expone el valor de la privacidad y lo que representa su pérdida, una de las inseguridades del uso de Facebook. Persigue responder la interrogante: ¿Cuándo se cae en la sobrecomunicación al usar Facebook y se pierde la privacidad?

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo general**

Describir la sobrecomunicación y su vinculación con el uso de Facebook para identificar la pérdida de privacidad.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Proporcionar herramientas para ayudarle a distinguir la comunicación de la sobrecomunicación.
- Identificar la sobrecomunicación en los usuarios de Facebook.
- Exponer el escenario de Facebook referente a la privacidad de sus usuarios y cómo los mismos ponen en riesgo su privacidad a través de la red social.

## Capítulo 2

# La comunicación

*“Nosotros quisimos construir un nuevo medio de comunicación”.*

Mark Zuckerberg, fundador de Facebook

### 2.1 Concepto de comunicación

La palabra “comunicación” proviene del latín *communis*, que significa “común”. Nieves (2006) hace referencia al significado de un término griego conservado tanto en el latín como en las lenguas romances: *koinoonia*, que a su vez significa “comunicación” y “comunidad”.

En castellano “común” también evoca a la comunicación y comunidad, lo que de acuerdo a Felipe Nieves Cruz en su artículo Conceptos de comunicación, marca un punto etimológico que vincula estrechamente ambos términos. “En pocas palabras, se está en comunidad porque se pone algo en común a través de la comunicación”, detalla. Tal como lo sentenció Laswell (1936) hace más de 70 años: es quién dice qué a quién, en qué medio y con qué efecto.

En su definición más estricta la comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro (Bertolotti 2009). Y de acuerdo a Stoner (1997) es el proceso mediante el cual las personas intercambian mensajes simbólicos con el fin de compartir un significado.

La comunicación se refiere a todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. "Incluye todo proceso en el cual la conducta de

un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupala", manifiesta E. Pichón. Ocorre "siempre que una fuente emisora influencia a otro –el destinatario– mediante la transmisión de señales que pueden ser transferidas por el canal que los liga", explica Osgood (1961).

Vale la pena destacar que el término "información" es asociado al otro término: "comunicación". Sin embargo, para identificar la diferencia entre ambos, Potin (2007) plantea considerar el propósito de cada uno. "Pueden diferenciarse fácilmente si consideramos sus objetivos: la primera es un intangible dotado de intención y que tiene como fin producir un efecto en las personas, que dependerá de su percepción y experiencia. La segunda, por su lado, tiene el objetivo de aumentar conocimiento en las personas".

Al informar se hace llegar un mensaje, pero al comunicar, se espera una respuesta. Esta, denominada "feedback" (retroalimentación) es una prueba de que el receptor ha adquirido el conocimiento al que Potin se refiere.

Riviere lo recalca en su libro "El proceso Grupal de Psicoanálisis a la Psicología Social. Y Gonzáles y Mitjás (1999) añaden: "es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción".

### **2.1.1 Comunicación a través de Internet**

Citando a Antonio Pasquali, "el término *comunicación* debe reservarse a la interacción humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cual fuere los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interacción a distancia".



Sin embargo, hoy en día cualquier intercambio de información, aunque no sea de forma presencial, es considerado un acto de comunicación. Una de las formas más actuales es la comunicación digital, que se lleva a cabo con ayuda de tecnología. El Internet juega un papel crucial en este sentido.

Los procesos comunicativos entre los sujetos, articulados mediante Internet, implican el conocimiento y la relación entre sujeto-máquina-medio, la fuente de interacción que los hace posibles.

El mundo globalizado en el que vivimos resalta la importancia de conocer lo que ocurre a nuestro alrededor, para lo que es necesario comunicar. Este acto es inherente a los seres humanos.

## **2.2 El proceso comunicativo**

Antonio Pasquali (1978) asegura que la comunicación adquiere vida en el preciso instante en que la estructura social comienza a configurarse, “justo como su esencial ingrediente estructural”. Considera que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social.

Saussure, en el Curso de lingüística general, concibe el proceso comunicativo como interacción social, iniciada por un acto individual de voluntad y de inteligencia a través del cual se puede reconstruir el circuito del habla. Esta concepción es compartida por otros autores entre los cuales destacan Bloomfield (1933), Buysens (1967) y Prieto (1968).

David Berlo se pronuncia sobre la comunicación como proceso en su Teoría de la Comunicación, donde según lo plantearon Shannon y Weaver a mediados del siglo XX, se ajusta a una de las pautas clásicas de la acción comunicativa “con una posición fuerte (emisora), una mediación (codificador) que transforma la

intención de la fuente en mensaje a partir de un canal (medio o soporte), que debe ser decodificado para ser eficaz en la producción de comunicación sobre un receptor final (audiencia)”.

En *The Mathematical Theory of Communication*, Shannon y Weaver explican que una fuente de información cifra o codifica un mensaje que ha de transmitirse a un receptor mediante un transmisor que emite señales a través de un canal. Al ser recibidas son descifradas o decodificadas por el receptor con el objeto de restablecer el mensaje, el cual, finalmente, alcanza su destino.

El contenido del mensaje se deriva de la función comunicativa. Sintetizando los conceptos, de acuerdo a Nieves (2006), primero se aclara qué se va a decir. Luego, se elige el canal más adecuado que permita que pueda ser decodificado por el receptor lo más cercano a su proporción original. Este a su vez, prepara una retroalimentación.

### Esquema 1 El proceso de comunicación



Fuente: <http://www.tiemposmodernos.eu/ret-concepto-proceso-de-comunicacion/>

### 2.3 ¿Qué es “sobrecomunicación”?

González F. (1994) plantea que la comunicación constituye un proceso plurimotivado de naturaleza consciente e inconsciente y variable. Esto se debe a que en su devenir aparecen diferentes y nuevos motivos con la intención original.

La “sobrecomunicación” se define como el intercambio de información con una saturación de datos, muchos de los cuales son innecesarios o irrelevantes. Se tiende a pensar que mientras más información, mejor, sin embargo, el problema no radica en la cantidad de información sino en la calidad.

Este exceso de comunicación es conocido técnicamente como *information overload* (sobrecarga de información). El autor de este término anglosajón se desconoce, pero su origen data de fines del siglo XIX, cuando comienzan a surgir los primeros medios de comunicación automatizados, lo cual implicó un notable incremento en la información disponible en las empresas y condujo a concebirla de forma más cuantitativa. Posteriormente se habló de la comunicación como cantidad y, por ende, de su límite y exceso.

La Revolución de la Informática popularizó el término, pues las nuevas tecnologías contribuyen a que la producción de información sea “ilimitada, expansiva, veloz y extremadamente abundante” (Potin, 2007).

De acuerdo a Karl Deuysch, quien en 1961 introdujo el término “sobrecarga de comunicación” en su obra *On Social Communication and the Metropolis*, la sobrecomunicación es una enfermedad de las ciudades.

“Bebiendo de la manguera de incendios” (*Drinking from the firehose*) es un término con el que pudiera estar familiarizado. Pero créame, si está leyendo este blog y muchos otros como este, es exactamente lo que usted hace todos los días. No es

agua la que bebe de un trago, es un torrente de información. Sobrecarga de información es un término más preciso. La información digital y la sobrecarga de información son el Yin Yang de nuestra era presente. Así explica Saikat Basu, el autor del artículo *Managing Digital Information Overload – Is Technology The Cause & The Cure?* (Manejando la sobrecarga de información – Es la tecnología la causa y la cura?).

El autor de cinco populares libros sobre creatividad, liderazgo, filosofía y el arte de hablar, Berkun, reflexionó al respecto y concluyó que el mundo está contaminado de información. La sobrecarga de comunicación es una constante. “Eso es malo pero no podemos hacer nada al respecto, no eliminaremos información del mundo”.

Y respecto al papel de la tecnología en la sobrecarga de información, Basu (2011) señala: “El intercambio de información se ha vuelto más sencillo. Piensa en redes sociales y en pérdida de privacidad, pues todos están disponibles 24 x 7”.

#### **2.4 La sobrecomunicación en el modelo tradicional de comunicación**

“La comunicación tiene un carácter social que comprende a todos los actos mediante los cuales los seres vivos se relacionan con sus semejantes para transmitir o intercambiar información” (Bertolotti).

Vivimos en la era de la comunicación y tenemos a nuestro alcance un sinnúmero de formas de concretarla. Muchas de estas son posibles desde hace ya varias décadas gracias a las herramientas globalizadas de Internet. No obstante, ya son perceptibles y motivo de atención algunas repercusiones del uso de los sitios de redes sociales. La sobrecomunicación es una de ellas.

El fenómeno de sobrecomunicación –sobrecarga de comunicación– ocurre cuando la cantidad emitida excede la capacidad receptiva. Es una de las consecuencias negativas de las nuevas tecnologías de la comunicación. Y es que, de acuerdo al artículo Los jóvenes se comunican más por redes sociales que por mail y teléfono, publicado en 2001 en el portal [www.radiocentrobovriil.com.ar](http://www.radiocentrobovriil.com.ar), “las formas de comunicarse y relacionarse de los jóvenes se distancian cada vez más de las tradicionales como el teléfono de línea e inclusive el correo electrónico, mientras se incrementa el uso de las redes sociales” entre las que destaca Facebook.

Mas los jóvenes no son los únicos que aprovechan el Internet, pues el mismo sitio web cita al consultor y especialista en comunicación Daniel Lutzky, quien considera que si bien “cuánto más joven, más se utilizan las redes sociales”, enfatiza que no por ello los niños, adolescentes o adultos mayores las hacen a un lado. “El uso de Internet es proporcional a la edad”, opina.

Laswell, influido por las teorías de comunicación conductistas, consideró que la sobrecomunicación “supera las posiciones previas sobre la linealidad estímulo-respuesta de la comunicación” (Nieves 2006). Asimismo, en el entorno social identifica “cuatro funciones: a) vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; b) correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno; c) transmisión del legado social y d) entretenimiento”.

Cabe destacar que la sobrecomunicación no se refiere exclusivamente a la actividad presencial, sino a todos los escenarios (de todo tipo) en los que puede existir comunicación, inclusive de forma virtual (como representa Internet y en este caso, las redes sociales).

La comunicación tradicional vincula un emisor con un receptor. En consecuencia, la lógica de la comunicación masiva se basa en el esquema tradicional: un emisor emite un mensaje dirigido a miles de personas que muy eventualmente generarán retroalimentación. Implica dos características: es unidireccional y jerárquica (de uno a muchos). Y con ayuda de la tecnología y la introducción de nuevos medios de comunicación e información, hoy en día un receptor puede fácilmente dejar su rol pasivo y convertirlo en activo.

En cuanto a las consecuencias del exceso de información sobre un tema, genera dificultades para comprender el tema del cual se transmite información, razón por la cual también resulta complicado tomar decisiones a partir de los datos obtenidos. El exceso de información puede ser tan dañino como la escasez de información.

## **Capítulo 3**

### **El sitio de red social Facebook**

*“Más de 175 millones de personas utilizan Facebook.  
Si esto fuera un país sería el sexto más poblado del mundo”.*

Mark Zuckerberg, fundador de Facebook

#### **3.1 El surgimiento de Internet**

La historia de Internet se remonta al desarrollo de las redes de comunicación. La idea de una red de computadoras diseñada para permitir la comunicación general entre usuarios de varias computadoras, ya sea tanto desarrollos tecnológicos como la fusión de infraestructura de la red ya existente y los sistemas de telecomunicaciones.

Previo a la llegada del tercer milenio, el mundo experimentó una serie de cambios importantes que involucrarían todos los ámbitos sociales y modificarían por ende, su diario vivir. La Revolución de la Informática, en 1971, da vida a la primera computadora portátil. Desde entonces, le siguieron otras innovaciones a la forma de comunicarse.

Las nuevas tecnologías para entonces, explica Potin (2007), contribuyeron a que “la comunicación y la información convergiera en un solo sistema, permitieron el nacimiento de un nuevo paradigma tecnológico y mediático: el multimedia”: Su principal característica era permitir la sinergia en todas las formas de comunicación humana.

Para 1987 el número de servidores conectados a Internet superaba los 10 mil. Y en 1988 sumaba más de 56 mil. Así lo afirma Viviana Gómez en su blog <http://comunicacionyred.blogspot.com/2009/08/en-el-ano-1985-la-national-science.html>.

“El objetivo de Internet para 1989 era buscar una herramienta de trabajo para intercomunicar a físicos del todo el mundo”, añade. Así, podían crear y leer textos a través de la red.

En la década de los 90, la masificación de Internet es capaz de conectar al mundo entero, eliminando las barreras de tiempo y espacio. Potin (2007) explica que quizás la característica más trascendental de la red es su capacidad para combinar en un solo espacio instantaneidad, interactividad, espacio ilimitado, multifuncionalidad y comunicación sincrónica/asincrónica.

### **3.2 El nacimiento de los sitios de redes sociales**

“Hace una década, los primeros buscadores de Internet nos permitieron concebir una red muy diferente a la que estábamos acostumbrados; posteriormente fueron los blogs y podcasts los que nos permitieron ser emisores además de receptores de información; y en la actualidad, ese nuevo servicio que está haciendo cambiar nuestra rutina frente al ordenador, especialmente entre los más jóvenes, son las redes sociales”, dice Andy Ramos Gil en su artículo Redes Sociales: ¿Hacia la pérdida de privacidad del individuo?

La película “La red social”, que narra el nacimiento del sitio de red social Facebook, pudiera llevarnos a pensar que estos surgieron hace poco, menciona RoryCellan-Jones en su artículo Hackers, hippies y el origen de las redes sociales (2011). Pero aclara que es posible que su origen se remonte a los años 60 y 70.



El autor narra cómo el ex científico informático Lee Felsenstein y varios de sus colegas instalaron una computadora en una de las calles de Berkeley, California, para hacer un experimento. “Pensamos que habría bastantes reticencias a que las computadoras invadieran lo que era, como nosotros lo veíamos, dominio de la contracultura”, le explicó Felsenstein a Cellan-Jones en una entrevista.

El experimento consistió en invitar a todas las personas de los alrededores a escribir en la que llamaron “cartelera virtual”. Esta pronto estaba saturada de mensajes, poemas y hasta discusiones sobre una dulcería.

El proyecto “Memoria de la Ciudad” fue la primera experiencia virtual para muchos –si no es que para todos– los que se atrevieron a plasmar sus ideas. Con el paso del tiempo este proyecto instaló más computadoras en lugares públicos.

Douglas Schuler afirma en el capítulo 2 de su libro “Nuevas Redes Comunitarias” (WiredForChange) que Memoria de la Comunidad fue la primera red de la comunidad a nivel mundial. Los primeros experimentos datan de 1972 y 1973, pero fue esta la que se planteó “desarrollar y distribuir una red que facilitara el libre intercambio de información a comunidades de todas partes del mundo”, explica.

El artículo de Cellan-Jones también hace referencia al nacimiento de WELL (Whole Earth ‘Lectronic Link), otra comunidad californiana que probó que se necesita muy poco para estar en la red, pues luego de que el médico de la Organización Mundial de la Salud Larry Brilliant y Stewart Brand movieran contactos, la primera teleconferencia en línea fue posible.

“Uno puede lanzar un proyecto como ese con una máquina alquilada, un programa de computador común y ya”, asegura Brand mientras recuerda que Brilliant lo hizo posible con una computadora que su amigo Steve Jobs le había dejado.

“Descubrimos cuán poco se necesita para empezar algo en la red”, añade a la BBC.

Fue en California donde se cuajó la idea de encontrarse y socializar en línea. WELL unió a *hackers*, *hippies* y escritores de San Francisco en conversaciones en línea sobre cualquier tema, narra Cellan-Jones. Fue la introducción a las comunidades en línea, las predecesoras de los sitios de red social, pues el mundo real y el virtual podían converger. “Tanto contacto directo hizo nacer relaciones. Algunos se casaron, otros rompieron matrimonios, quienes se enfermaban recibían ayuda... y en general se formaron lazos muy sólidos” narra Brilliant.

Felsenstein, quien se autoproclama pionero de todo, dice que las redes sociales cambiaron su vida: conoció a su esposa en línea e hizo de la informática su profesión.

### **3.2.1 ¿Qué son?**

Una red social hace referencia a un conjunto de personas o entidades con características e intereses en común que los llevan a vincularse y a interrelacionarse entre sí. Esta definición fue planteada en el debate las jornadas sobre Jóvenes y Redes Sociales en el I. E. S.

La red social se define como los campos sociales constituidos por relaciones entre personas. (Muñoz, 2001). De acuerdo al concepto sociológico, cuyo origen se plantea en los años 40, enfatiza las características de los lazos de unión entre la gente a partir de la estructura de la red (Morales, 2012).

Los sitios de redes sociales, identificados como SNS (Social Network Services o Servicios de Redes Sociales en español) son un tipo de páginas de Internet que ofrecen herramientas y aplicaciones que permiten el funcionamiento de las redes

sociales virtuales. Sin embargo, son popularmente conocidos como “redes sociales” o “redes” en su versión corta.

Las redes son el símbolo de complejas relaciones que superan la secuencia de tiempo-espacio y sugieren una relación ilimitada (Morales, 2012). Gracias a los avances tecnológicos, los sitios de redes sociales son capaces de reunir a millones de personas en un mismo tiempo y espacio.

Son servicios webs que, citando el artículo ¿Qué son las redes sociales? de la autora Nicole Triviño, permiten:

1. Construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado.
2. Articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión.
3. Ver y recorrer su lista de conexiones y las hechas dentro del sistema.

Para resumirlo, Andy Ramos Gil (2008) define las redes sociales como “servicios web en los que se ofrece a sus usuarios un espacio virtual en el que compartir información (personal o profesional incluyendo fotografías, videos, artículos, etc.) con una gran red de contactos o con toda Internet, constituyéndose una auténtica tela de araña en la que todos los usuarios están interconectados”.

### **3.2.2 ¿Para qué sirven?**

Existe la tendencia de las personas a relacionarse la mayor parte del tiempo, bien se dice que el hombre es un ser social y no puede sobrevivir en soledad. “Cuando las personas se encuentran en situaciones de alegría o tensión buscan el apoyo mutuo de otros, estableciendo así un proceso de comparación en donde pueden compartir las circunstancias, esto ayuda a reducir la incertidumbre y la ansiedad (Morales 2012)”. Es un proceso dinámico a través del tiempo.

En las redes sociales se construye una visión compartida a partir de la interconexión para el intercambio horizontal de saberes, experiencias y posibilidades. Es la visión compartida lo que le da sentido histórico y político al quehacer de la red. (Madariaga y otros, 2003).

La filosofía de las redes sociales es de carácter social. Su principal propósito persigue la interacción, y con ella, la socialización con personas de todo el mundo. Por otro lado, para los medios de comunicación representa un escaparate. Los usuarios de Internet pueden convertirse en comunicadores con un solo clic.

Las funciones de las redes sociales (tanto físicas como virtuales) incluyen:

- Entretenimiento
- Relación con personas con intereses en común
- Intercambio de información
- Comunicación constante
- Interacción con fines múltiples

La historia no es otra con Facebook, actualmente la mayor red social a nivel mundial. Y es que su creador Mark Zuckerberg se dirigió – tal como lo hizo Google en 2004– a las autoridades de Wall Street manifestando que su empresa no pretendía ser como el resto.

Además, enfatizó que Facebook no fue creada para ganar dinero, sino para cumplir con una función social. Según explicó: “La infraestructura mundial de la información debe ser similar a la social: una red construida de abajo hacia arriba, entre iguales, en lugar de la monolítica, de arriba abajo, estructura que ha existido hasta la fecha”.

### 3.2.3 Nace Facebook

La idea de Facebook nació a partir de Facemash, un sitio fundado por Mark Zuckerberg –también creador de Facebook–. Este mostraba dos fotos a la par y el usuario debía votar por una. Todas las fotos eran obtenidas de la base de datos de la Universidad Harvard.

Superando los 450 visitantes y 22 mil visitas a las fotos en cuestión de horas, Facemash fue clausurado por Harvard aludiendo violación a la seguridad e invasión a la privacidad. Mark Zuckerberg fue acusado y estuvo a punto de ser expulsado de la casa de estudios.

Un año después, en 2004, TheFacebook nació en la red. Surgió en una habitación en la Universidad Harvard. “Me acuerdo de estar comiendo pizza con mis amigos una noche en la universidad poco después... Estaba emocionado de ayudar a conectar a la comunidad escolar, pero un día alguien tenía que hacer un servicio para conectar a todo el mundo”, cita a Zuckerberg la página web [elperiodico.com](http://elperiodico.com) en su publicación titulada: Qué lindo es tener 10 años, dice Facebook al celebrar su primera década.

En 24 horas, TheFacebook ya contaba con 15 mil estudiantes registrados. Y mientras se expandía primero a Universidades como Stanford, Dartmouth, Columbia y Yale, fue ganando usuarios.

2004 también es el año en que la compañía recibe su primera inversión de US\$ 50,000. Consecutivamente, las oficinas se mudan a Palo Alto, California, especifica Triviño en el artículo Línea de tiempo de Facebook en su blog.

“El 26 de mayo de 2005 –continúa– Accel Partners invierte US\$ 13 millones en ellos”. Además, el dominio ya perfila como Facebook y permite que se registren estudiantes de diferentes escuelas secundarias.

La red social permite registrarse a cualquier persona mayor de 12 años para el año que sigue. Lo único que se necesitaba era un correo electrónico válido.

La compañía fue evaluada en US\$ 3.5 y US\$ 5 billones para agosto de 2008 y su fundador decide que para octubre es tiempo de instalar sedes en Dublín, Irlanda.

Justamente un año después la red social incorpora un nuevo servicio: los friendfeeds (las notificaciones). Este fue uno de los cambios que aumentó significativamente los números de la compañía, de tal forma que en junio de 2010 se evaluó en US\$ 11.5 billones.

## Ilustración 1

### El perfil de Facebook de Mark Zuckerberg



The image shows a screenshot of Mark Zuckerberg's Facebook profile page. At the top, the navigation bar includes 'facebook', 'Home', 'Profile', 'Friends', 'Inbox (392)', 'Marshall Kirkpatrick', 'Settings', and 'Logout'. The profile header features a profile picture of Mark Zuckerberg, his name 'Mark Zuckerberg', and an 'Add as Friend' button. Below the header are tabs for 'Wall', 'Info', 'Photos', and 'Boxes'. A privacy notice states: 'Mark only shares some of his profile information with everyone. If you know Mark, send him a message or add him as a friend.' The 'Basic Information' section lists: Networks (Facebook, Harvard Alum), Sex (Male), Birthday (May 14, 1984), Hometown (Dobbs Ferry, NY), Parents (Karen Zuckerberg, Edward Zuckerberg), and Siblings (Randi Zuckerberg, Donna Zuckerberg, Arielle Zuckerberg). On the left side, there are links for 'View Photos of Mark (596)', 'View Videos of Mark (21)', 'Send Mark a Message', and 'Poke Mark'.

Fuente: <http://www.ticbeat.com/general/el-fundador-de-facebook-hace-publico-su-perfil/>

El caso de éxito de Zuckerberg sacudió al mundo entero, razón que llevó su historia a la pantalla grande. La película *The Social Network* (La red social) se estrenó en todo el mundo el 1 de octubre de 2010.

“Cada era tiene sus visionarios que dejan, en la estela de su genio, un mundo cambiado –pero raramente esto sucede sin suscitar una batalla sobre qué ocurrió exactamente y quién estaba presente en el momento de la creación–. En *La red Social* el director David Fincher y el guionista Aaron Sorkin exploran el momento de la invención de Facebook, el fenómeno social más revolucionario del nuevo siglo”, indica el autor anónimo de la sinopsis de la película publicada en: <http://www.lahiguera.net/cinemanía/pelicula/3580/sinopsis.php>.

La Red Social se desarrolla “través de las perspectivas enfrentadas de los jóvenes súper inteligentes que afirman haber estado presentes en sus inicios. El resultado es un drama repleto de creación y destrucción; un drama que intencionadamente evita mostrar un solo punto de vista. Por el contrario, sigue narrativas enfrentadas, mostrando las verdades encontradas y las relaciones sociales en continua transformación que definen nuestra era”, concluye la misma página web.

El artículo *Qué lindo es tener 10 años*, dice Facebook al celebrar su primera década asegura que en la última década, la red social “se transformó en una empresa mundial que conecta a más de 1.000 millones de personas y tiene una capitalización bursátil de más de 150.000 millones de dólares. Pero antes de alcanzar esta cifra, debió superar un desastroso debut en Wall Street”.

Sin embargo, fue uno de los denominados ‘grandes de Internet’ que gestionó mejor el cambio de hábitos de los usuarios, como el uso de celulares inteligentes, los distintos tamaños de pantallas de los aparatos electrónicos móviles e incluso la inversión necesaria para optar a la misma.

Para finales de 2013, el ingreso por pautas publicitarias de teléfonos móviles representara el 53%. Es decir, 1,200 millones de dólares. Esto, cuando un año antes no generaba ningún ingreso.

## Ilustración 2

### Datos relevantes de Facebook



Fuente: <http://posicionamientoenbuscadoreswebseo.es/facebook-uno-de-cada-trece-habitantes-en-el-mundo-tiene-una-cuenta-abierta-infografia/>



Hoy por hoy, Facebook es la red social más popular de todo el mundo. A través de la misma es posible solo hacer amigos, compartir información, experiencias, proyectos, ideas, pasatiempos, pensamientos, fotos, videos, juegos, debates, y casi cualquier cosa. De acuerdo a su creador: “compartir momentos”.

“Es raro ser capaz de tener impacto en la vida de tantas personas”, escribió en su perfil, Mark Zuckerberg, quien con el tiempo se convirtió en uno de los multimillonarios más jóvenes del mundo, con una fortuna estimada en 300 mil millones de dólares.

### **3.2.3.1 Breve guía de usuarios**

Para ser parte de Facebook el primer paso es abrir el navegador y *entrar* al sitio web [www.facebook.com](http://www.facebook.com). En caso de cargar la página en español es posible cambiar el idioma en la barra inferior, de donde se debe seleccionar el idioma de entre los más populares descritos.

Luego, el usuario se registra al llenar los primeros datos que la red solicita: nombre, fecha de nacimiento, correo electrónico y contraseña. Con los datos anteriores ya cuenta con un perfil en Facebook y se convierte en usuario. Posteriormente, podrá modificar y personalizar su perfil, así como cambiar las políticas de privacidad.

“Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida” es parte de la bienvenida que la misma red social brinda a usuarios y a potenciales miembros. Además destacan que usar Facebook es gratis y lo seguirá siendo.

Vale la pena destacar que se deben leer las políticas de privacidad e indicar que se ha hecho para continuar al siguiente paso. Es indispensable y todos los usuarios de Facebook deberían entonces, estar al tanto de las mismas.

### Ilustración 3

#### Página de inicio de Facebook



facebook

Dirección de correo electrónico  Contraseña  Entrar

No cerrar sesión [¿Olvidaste tu contraseña?](#)

Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida.

Nombre:

Apellidos:

Tu correo electrónico:

Vuelve a escribir tu correo:

Contraseña:

Sexo:

Fecha de nacimiento: Día:  Mes:  Año:

¿Por qué tengo que proporcionar mi fecha de nacimiento?

**Regístrate**

Crear una página para una celebridad, un grupo de música o un negocio.

English (US) Español Português (Brasil) Français (France) Deutsch Italiano العربية हिन्दी 中文(简体) 日本語 ...

Facebook © 2011 · Español Móvil · Buscar amigos · Insignias · Personas · Páginas · Acerca de · Publicidad · Crear una página · Desarrolladores · Empleo · Privacidad · Condiciones · Servicio de ayuda

Fuente: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

Tras completar el paso anterior, el sitio indica que se recibirá un correo con la bienvenida e información de la cuenta. Al activarla es posible acceder y personalizar al perfil personal y ser parte de los millones de Facebookeros en todo el mundo.

Para agregar contactos, llamados *amigos*, se teclea el nombre o correo electrónico de algún conocido en el cuadro de búsqueda, ubicado en la parte superior. La

misma barra a la izquierda incluye el logo, que al clicar abre la página principal; el ícono de amigos, que muestra solicitudes de amistad recibidas; el de mensajes directos, con conversaciones privadas; y el de actualizaciones, con un listado de etiquetas, comentarios, publicaciones y más acciones de los amigos.

El lado derecho de la misma barra muestra el nombre de usuario, que al clicar conduce a la biografía, misma que muestra el perfil del usuario. Al lado se lee la palabra “inicio”, que dirige a la página principal; seguida de un ícono de candado que permite modificar a los accesos directos de privacidad y una opción para ver las políticas y condiciones de la misma tras otro clic. Y para finalizar, el ícono de un engranaje permite acceder a la configuración de la cuenta, el cierre de sesión y otras herramientas más.

Ya *adentro* es posible modificar, actualizar y añadir cualquier información para hacer el perfil más personal y, por qué no, atractivo.

La *timeline* (línea del tiempo) –anteriormente llamada *muro*– es la pantalla principal del perfil, que brinda acceso a apartados de fotos, video, información y demás, todo la cual puede ser etiquetada, es decir, marcada con nombres de amigos o lugares, fechas, descripciones, etc. . Se llama así porque precisamente presenta la información de cronológicamente.

El botón “Me gusta” es uno de los más populares en Internet y caracteriza la red social. Permite personalizar los intereses y gustos de los usuarios. Además, es una forma de interactuar con otros usuarios al afirmar que su foto, publicación o actualización fue bien recibida.

## Cuadro 1

### Términos frecuentes en Facebook

- **Actualización:** Comentario o información compartida en el campo “¿Qué estás pensando?”. Si bien la mayoría de estas actualizaciones son frases o comentarios escritos, también se podría considerar como actualización una foto, video o enlace publicado.
- **Amigos:** Son todos los contactos que has aceptado como conexiones en tu cuenta personal.
- **Biografía** (*Timeline*): Es el conjunto de historias, o actualizaciones que tienen los perfiles individuales de usuario, las que además cuentan con una portada, una foto de usuario e historias generadas por su dueño o los amigos de esta persona.
- **Etiqueta:** Una etiqueta es la identificación que un usuario incluye en el contenido que ha compartido para identificar a uno de sus amigos. Por lo general, las etiquetas son utilizadas en fotos y videos.
- **Listas de intereses:** Sirven para agrupar temas y noticias de interés. Son útiles para filtrar la cantidad de información que recibes en tu columna de Noticias.
- **Me gusta** (*Like*): El botón más popular creado por Facebook. Es útil para indicar que un tipo de contenido es del gusto de quien lo ve. Su uso se ha extendido a sitios web externos.
- **Muro:** Es el espacio individual de cada usuario donde aparecen sus actualizaciones y aquellas que son publicadas por sus amigos. En la actualidad este espacio personal se conoce como Biografía.
- **Perfil:** Es el nombre que recibe cada cuenta individual y personal de quienes usan Facebook.

Fuente: <http://redessociales.about.com/od/FacebookParaPrincipiantes/a/Glosario-De-Terminos-Y-Palabras-Frecuentes-En-Facebook.htm>

La creciente popularidad de Facebook y los millones de usuarios alrededor del mundo la han convertido en el directorio de nombres en línea más extenso que existe, por lo que es sencillo buscar y encontrar amigos, familiares, conocidos,

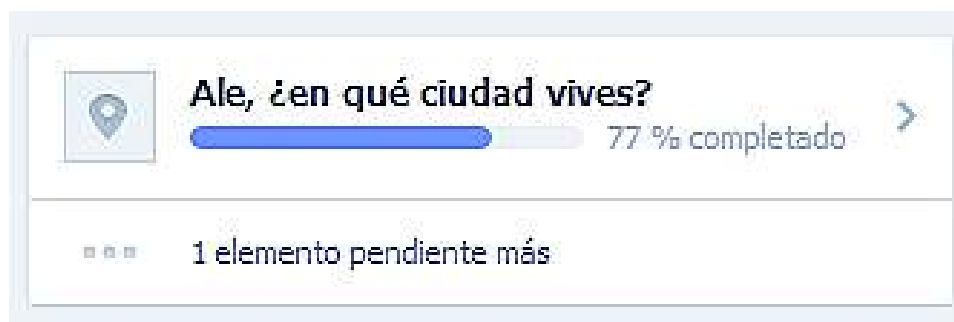
contactos e inclusive celebridades. Es posible buscar por nombre o correo electrónico y encontrar varias búsquedas que coinciden total o parcialmente.

Otras opciones más avanzadas permiten agregar estado sentimental, situación académica, compartir estados, subir fotografías o contenido multimedia, enviar invitaciones de amistad o mensajes directos, etiquetar amigos, eliminar etiquetas, compartir videos, realizar videollamadas, configurar la lista de intereses, controlar la privacidad de la biografía, desactivar la cuenta, cambiar el idioma, etc.

Conforme el usuario se ve envuelto en las actividades de comunicación, entretenimiento y ocio, podrá comprobar por sí mismo el mundo de posibilidades que ofrece. Además, será tentado una y otra vez a incluir la mayor cantidad de datos posibles con el fin de tener un perfil más completo.

#### **Ilustración 4**

##### **Tentaciones en Facebook**



Fuente: <https://www.facebook.com/aleRodasz>

Obtener la mayor cantidad de información los usuarios ayuda a la red social a segmentarlos más fácilmente con diferentes propósitos. Uno de ellos, marketing.

## Capítulo 4

### La privacidad

*“La confianza que tú depositaste en nosotros como un lugar seguro para compartir información es la parte más importante del trabajo que hace Facebook”.*

Mark Zuckerberg, fundador de Facebook

#### 4.1 Definición

La privacidad es uno de los conceptos más importantes de estos tiempos (Solove, 2008). La Real Academia Española lo traduce en “el ámbito de la vida privada que se tiene derecho a proteger de cualquier intromisión”.

El libro Sobreexposición personal en la red de Erick Erlichman define la privacidad como “el ámbito de la vida personal de un individuo que se desarrollan un espacio reservado y debe mantenerse confidencial”.

Irwin Altman en 1975 definió la privacidad como “el control selectivo del acceso a uno mismo o al grupo al que uno pertenece”. De esta forma la muestra bidireccional e identifica dos aspectos cruciales en el tema: el control selectivo de la interacción social y el control selectivo de la información ofrecida a otros.

La privacidad se modifica en función de cada persona, ambiente y contexto específico. Constituye “un fenómeno, estado o condición de la persona, que le permite establecer un contacto consigo misma, que le da la oportunidad a la persona de concentrarse, aislarse, reflexionar y contemplarse a sí misma en su entorno” (Negrette, 2013).

## 4.2 El derecho a la privacidad

La Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó y proclamó la Declaración Universal de los Derechos Humanos el 10 de diciembre de 1948. En la misma la privacidad fue tomada en cuenta.

El artículo 12 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que el derecho a la privacidad se refiere concretamente a que “nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su correspondencia, ni de ataques a su honra o reputación”. Y añade que todas las personas tienen derecho a la protección de la ley ante todo lo mencionado.

“El derecho a la privacidad ha evolucionado para proteger la libertad de individuos a realizar acciones determinadas y someterse a ciertas experiencias. Esta autonomía personal ha crecido hasta convertirse en un derecho fundamental protegido por la cláusula de debido proceso de la decimocuarta enmienda constitucional”, se afirma en el artículo Derecho a la privacidad: autonomía de las personas, publicado en la página web de la Escuela de Leyes de la Universidad Corwell, en Nueva York, Estados Unidos.

La protección a la privacidad es uno de los derechos fundamentales reconocidos por las Naciones Unidas. Cubre todos los aspectos de la vida del individuo y se sustenta los principios fundamentales del honor y la dignidad personal. Sin embargo, se encuentra amenazado por el desarrollo de la sociedad de la información y la expansión de las telecomunicaciones. Igualmente, existen otros derechos que se le enfrentan, como el derecho de acceso a la información.

Este derecho puede ser violado de diversas formas, como intervenir en la vida privada de una persona, impedir la vida familiar, intervenir la correspondencia, etc. Sin embargo, estos ejemplos muestran un lado de la moneda. La privacidad

también puede ser violada por los mismos individuos. Un ejemplo claro es la sobreexposición, a través de la cual se tiende a sobrecomunicar.

El sitio web [www.filmaffinity.com](http://www.filmaffinity.com) ofrece la sinopsis de una película del género dramático del año 1962 que remarca la importancia de este derecho. Es la película francesa *Vie Privée* (Una vida privada).

## Cuadro 2

### Ficha técnica de la película *Una vida privada*

## Una vida privada

Ficha    Críticas [4]

---

Título original	<b>Vie privée</b>
Año	<b>1962</b>
Duración	<b>105 min.</b>
País	 <b>Francia</b>
Director	<b>Louis Malle</b>
Guión	<b>Louis Malle &amp; Jean-Paul Rappeneau</b>
Música	<b>Lorenzo Capri</b>
Fotografía	<b>Henri Decae</b>
Reparto	<b>Brigitte Bardot, Marcello Mastroianni, Ursula Küble, Eleonora Hirt</b>
Productora	<b>Coproducción Francia-Italia; Profegi / Cipra</b>
Género	<b>Drama</b>
Sinopsis	<b>Jill (Brigitte Bardot) se instala en París para convertirse en bailarina. Gracias a un fotógrafo que se fija en ella, pasa de ser una simple modelo de revistas de moda a convertirse en una verdadera estrella acosada por los periodistas, perdiendo así su vida privada. Intentando escapar de los fans y de la prensa, acude al festival de Spoleto, en Italia, para reunirse con Fabio (Marcello Mastroianni), un director del que se enamora. (FILMAFFINITY)</b>

Fuente: <http://www.filmaffinity.com/es/film409203.html>



### **4.3 La pérdida de privacidad**

La privacidad brinda un control sobre un espacio, es una especie de refugio o protección de condiciones adversas a la integridad y el bienestar. Contribuye a mantener el equilibrio y brinda una sensación de control sobre el entorno y la vida en general, y aunque el ser humano es un ser social por naturaleza, requiere espacios personales en donde pueda identificar la privacidad, sin que esto represente soledad o aislamiento.

En el campo de las comunicaciones interpersonales, la privacidad representa intimidad. Óscar Negrete (2013) explica en su artículo La importancia de la privacidad en nuestra vida cotidiana, que salvaguardarla privacidad hace posible que cualquier persona se encuentre fuera de la observación de otros.

La privacidad es una comodidad cada vez más escasa (Leyva, 2011). La pérdida de privacidad puede acarrear situaciones de estrés en diferentes niveles, ira, mal humor, malestar en general, depresión, entre otros.

Los riesgos que representa perder este derecho incluyen la pérdida de datos, la corrupción de los mismos, el fraude, la exposición, la disminución de confianza, el peligro de la seguridad, el bullying, etc.

### **4.4 La privacidad en Internet**

Mark Zuckerberg se propuso crear un nuevo medio de comunicación. Y más que limitarse a proporcionar nuevas formas de comunicación, ofreció una forma de hacer más pequeño el mundo, de interconectarlo. Y si Internet, de por sí solo, ofrece herramientas para conseguirlo fácilmente, con una red social con alta

presencia en casi todos los países del globo, tenía altas posibilidades de tener éxito.

John Markoff, el autor del artículo Creadores de la Internet hablan del futuro de red (2014), consultó a Vinton Cerf y Robert Kahn de forma individual sobre el flujo de información en la red. Ambos “desarrollaron un conjunto sencillo y universal de reglas para intercambiar información digital –las convenciones de la Internet moderna–”, explica.

Los gobiernos y los usuarios de Internet que están de acuerdo con el flujo libre de información son pocos. Les gustaría ver que sea regulado, alude el autor tras cuestionar a Robert Kahn: “¿Existe una solución a los retos sobre privacidad y seguridad? A lo que él responde que en los años 1990, cuando “formaba parte del Comité Consultivo Nacional de la Infraestructura de Internet, Al Gore llegó como vicepresidente hizo un apasionado argumento” a favor de uno de los primeros sistemas de vigilancia del gobierno: el chip Clipper. El gobierno federal necesitaba poder llevar a cabo vigilancia, explicó.

Vinton Cerf, quien de acuerdo a Markoff se ha convertido en un “embajador informal de Internet”, se expresa de forma contraria al considerarse un firme partidario para que Internet se mantenga independiente del control estatal y comenta: “aun creo que el anonimato es un aspecto importante, que la gente debe tener la capacidad de hablar de forma anónima”.

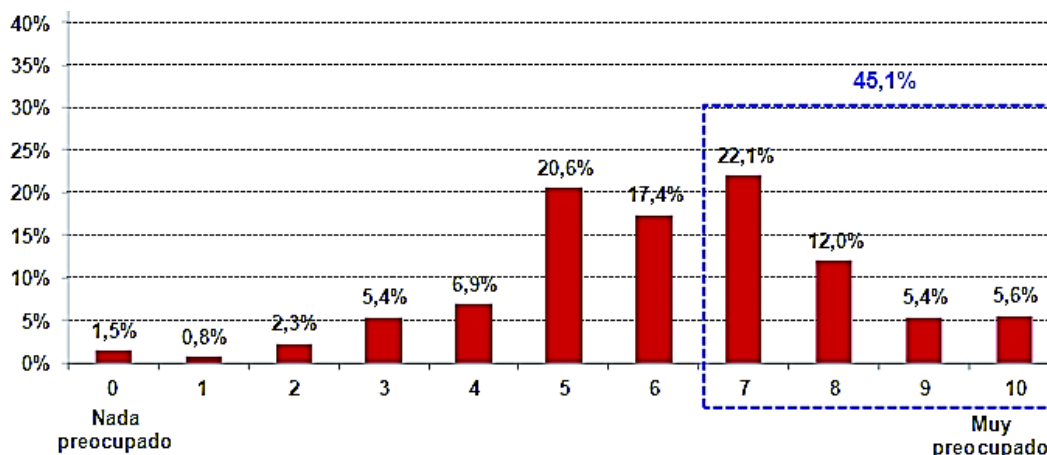
Y al ser cuestionado sobre qué tan considerable es el peligro de que Internet, Cerf duda respecto a la palabra “correcta” para hacer denominarlo y se limita a decir que “el modelo utópico para que todos puedan comunicarse con todos los demás y hacer lo que quieran” se torna “variable”.

La protección de la privacidad en Internet ha cobrado fuerza con el auge del mismo. Constituye un subconjunto de la privacidad de la información que, según explica Bruce Schneider en su ensayo *The Value of Privacy* (El valor de la privacidad), resguarda de los abusos de quienes detentan el poder, “incluso si no estamos haciendo nada incorrecto en el momento de la vigilancia”.

Las preocupaciones por salvaguardarla van en aumento mientras parece que cada vez es más difícil lograrlo. “La privacidad está muerta, supérenlo”, opinó el investigador privado Steve Rambam durante una conferencia en 2010.

Dos años después, el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO), una de las fuentes de mayor renombre en España respecto a la ciberseguridad, protección de menores en Internet y protección de la privacidad, realizó un estudio a 2,056 usuarios para conocer el grado de preocupación de los mismos con respecto a su privacidad. Se sumó la variable del grado académico.

**Gráfico 1**  
**La privacidad en Internet**



Pregunta: '¿Cómo calificarías tu nivel de preocupación con respecto a la privacidad en Internet?'

Fuente: [http://www.inteco.es/indicadores/Seguridad/Observatorio/Indicadores/Indicador\\_INT262;jsessionid=A47D0674C3A6CF1518BA171A84435075](http://www.inteco.es/indicadores/Seguridad/Observatorio/Indicadores/Indicador_INT262;jsessionid=A47D0674C3A6CF1518BA171A84435075)

El resultado mostró que de acuerdo con el análisis sociodemográfico realizado, el nivel de estudios es la variable más influyente para determinar el nivel de preocupación por la privacidad en Internet. Asimismo, reveló que los mayores de 55 años manifiestan un nivel de preocupación superior al de la media.

Reflexionando sobre la definición de privacidad, Pestana (2013) cuestiona sobre si realmente hay algún aspecto de nuestra vida que tengamos el derecho a proteger y si de verdad tenemos privacidad.

Según su artículo Privacidad, ¿seguridad?, los ámbitos de nuestra vida que deberían ser privados y sobre los cuales tenemos el derecho de proteger incluyen “lo que hacemos, en dónde estamos y con quién estamos”. El problema –añade– es que dejamos “migajas de pan de todo lo que hacemos”. Esto permite que identificarnos, localizarnos o espiarnos sea fácil.

Los conocimientos y tecnologías relacionados con la comunicación son esenciales el desarrollo de un país. Sin embargo, la libertad que permite Internet a sus usuarios conlleva una responsabilidad tanto para quien emite, como para quien recibe cualquier tipo de comunicación. Erlichman indica que la privacidad en Internet se refiere a controlar quién puede tener acceso a la información que posee determinado usuario de la red.

El ilimitado mundo virtual es tan amplio, extenso y ofrece tantas posibilidades, que por más esfuerzos que han hecho a través del tiempo, las leyes no han representado un límite para salvaguardar la privacidad de los usuarios de cualquier sitio en Internet. El constante y drástico desarrollo de las tecnologías, abarca amenazas a la privacidad que deben ser afrontadas desde un punto de vista social, cultural, legal y tecnológico.

Es necesario mantener en constante actualización las medidas que impulsan al uso adecuado de la comunicación participativa en sitios web, especialmente en redes sociales. Esto implica sentido común por parte del usuario y un riguroso control de privacidad por parte de las empresas a cargo. Así se motiva su fortalecimiento.

Vale la pena recalcar que la privacidad de los usuarios de los sitios web no es preocupación exclusivamente de las empresas que crean o manejan estas plataformas o brindan el servicio, abarca un extenso número de personas frente y detrás de la pantalla. El mismo usuario es quien debe comenzar a velar por mantener su privacidad, es quien debe demostrar sentido común. Es crucial que reconozca la casi imperceptible línea entre “comunicar” y “sobrecomunicar”.

#### **4.4.1 La privacidad en las redes sociales**

La forma de comunicarse ha cambiado con el surgimiento y auge de las redes sociales; ya no existen las fronteras. Ahora, lo que separa a emisor y receptor es la pantalla del ordenador. De esta manera, el uso de las redes sociales como forma de comunicación e intercambio de información ha aumentado de manera vertiginosa en los últimos años (Fernández, 2010).

Las redes sociales permiten comunicarse e intercambiar contenidos con cualquier persona del mundo pero pueden conllevar pérdida de privacidad, asegura, pues a través de Facebook, por ejemplo. Ana Gallardo, una de las autoras del artículo La Web Social o Web 2.0, Aportaciones y utilidades para la educación (2011), dice: “los usuarios crean su propio perfil, comparten gustos, ideas, fotos, música e intercambian información y comentarios con personas de todo el mundo. Es una herramienta gratuita, efectiva, inmediata, en tiempo real y de fácil acceso que se ha convertido en un punto de encuentro con los amigos sin necesidad de salir de casa”.

La privacidad es el primer inconveniente de las redes sociales que nombre Fernández en su artículo Redes sociales: Ventajas e inconvenientes. Complementa exponiendo que los contenidos que se publican pueden ser vistos, manipulados y usados por otros.

Gil de la Haza, al redactar el artículo Redes sociales: ¿Hacia la pérdida de privacidad del individuo? (2008) coincide con Fernández al considerar que “las redes sociales merecen un estilo sociológico profundo no solo por la nueva forma de comunicación que introducen a sus usuarios, sino por la definición que estos dan a los conceptos de intimidad y privacidad”.

Los problemas de privacidad a raíz de los avances tecnológicos no son algo nuevo. Da la impresión que en estos tiempos de acelerado desarrollo tecnológico cada vez es más difícil ejercer nuestro derecho a la privacidad. Pareciera que para conseguir un nivel de privacidad suficientemente alto la única solución sería no utilizar algunos de los servicios que Internet pone a nuestra disposición, como las redes sociales, por ejemplo (Chas, 2010).

Por otro lado, es posible perder el control de los datos y en algún momento, todo lo publicado puede convertirse en propiedad de las empresas de los sitios de redes sociales. Esto representa un peligro en potencia para su uso inapropiado, alteración e inclusive suplantación de personalidad o identidad.

Al crear una cuenta de Facebook –y cualquier otro sitio de red social–, “el primer error es aceptar y dar por leídos los términos, condiciones y políticas de privacidad de la empresa. A partir de ahí, toda la información personal que se introduce puede ser vista y accesible para cualquier usuario” (Gallardo, 2001).

Gracias a algunas redes sociales, encabezadas por Facebook, las empresas pueden adquirir bases de datos con información más específica del grupo objetivo de una manera más simple. Existen muchas teorías que incluyen oscuras intenciones de Facebook para vender la información de sus usuarios, así como mantener un control sobre cualquier tipo de actividad que realizan. Esto es posible gracias a la ilimitada información que un usuario puede plasmar progresivamente a su perfil, pero, no hay nada declarado y todo queda en sospechas y suposiciones.

El uso de las redes sociales presupone retos para evitar la pérdida de privacidad y sus efectos no deseados. El principal es estar conscientes que representan un riesgo potencial.

#### **4.4.2 El caso de Facebook**

El aviso de la red social en 2009 tras la revisión de sus políticas de privacidad indica: “Facebook ha sido diseñado para que te resulte sencillo compartir información con quien tú quieras. Tú decides cuánta información deseas compartir en Facebook, y tú controlas su distribución a través de tu configuración de privacidad. Debes comprobar la configuración de privacidad predeterminada y cambiarla si es necesario para adaptarla a tus preferencias. También debes tener en cuenta esta configuración siempre que compartas información”.

Facebook ha sido puesto en duda varias veces sobre sus políticas de privacidad, pues parecen no cubrir las necesidades ni proteger los derechos de privacidad de sus usuarios, pues desde que se crea el perfil es indispensable indicar mediante un clic que se ha leído y se acepta el contrato de términos de uso. A través de este, el usuario cede la propiedad exclusiva y perpetua de toda la información e imágenes que agregue.

Mark Zuckerberg ha tratado de inspirar confianza a los usuarios de Facebook haciendo público casi toda la información de su propio perfil. De hecho, las opciones predeterminadas referentes a la privacidad ahora son públicas y es necesario cambiarlas en la configuración de la cuenta para restringir el acceso a los estados, la información, las fotografías y demás información.

Y mientras él asegura al resto de usuario que ningún dato se utilizará fuera de la red social, nada parece seguro y ha generado inquietud el recibir información de amigos. Si un usuario recibe información de otros, ¿por qué no podrían otros de recibir información de este mismo usuario?

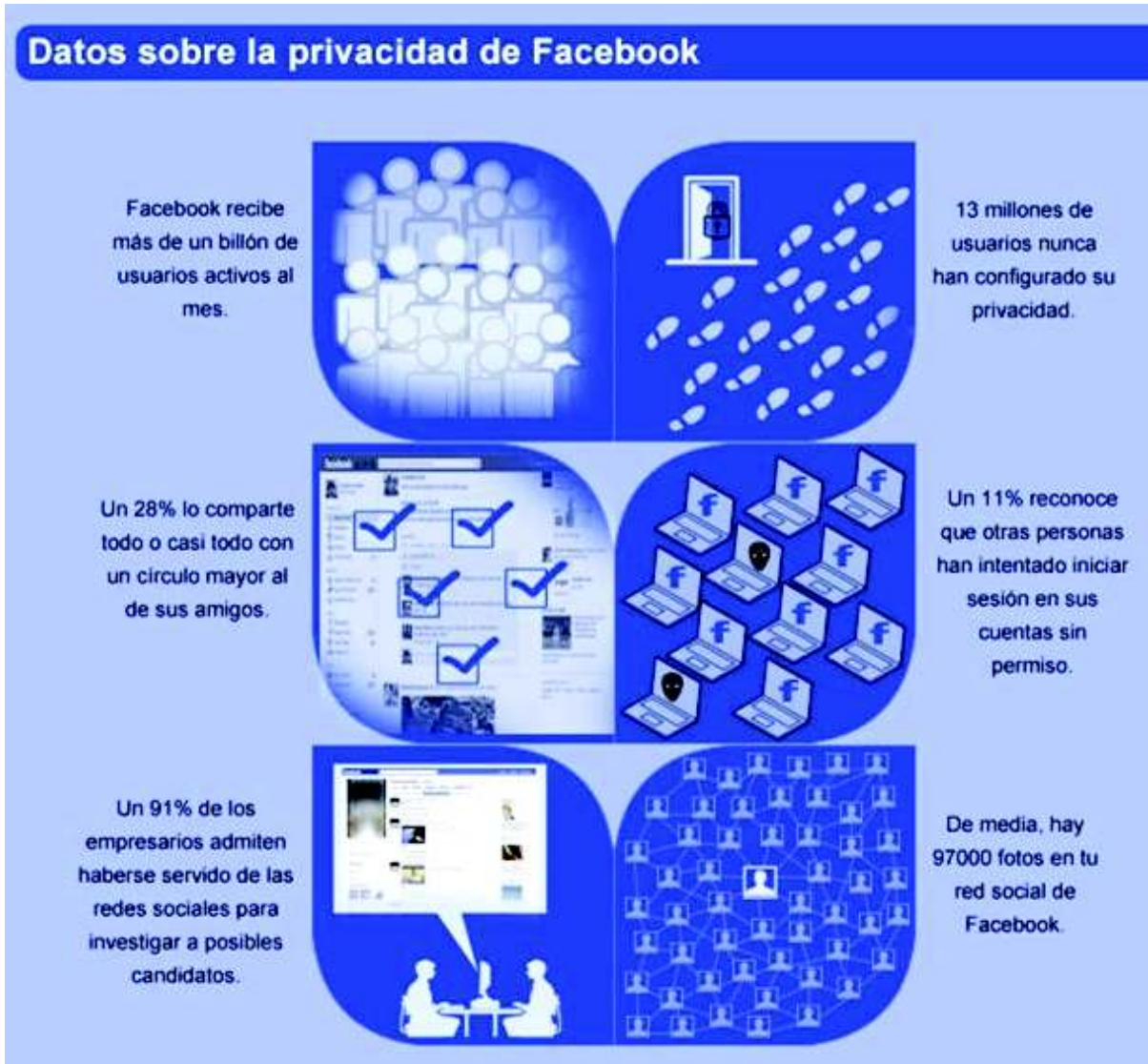
“Básicamente, todo se trata de conexiones en red. Esta página ofrece una excelente manera para que las personas puedan socializar con los demás. Sirve para que una gran cantidad de gente se mantenga en contacto con amigos y la familia, enterándose sobre las actividades de los demás al instante”, indica Nicole Triviño en su artículo De “TheFacebook” a “Facebook”.

El enorme número de posibilidades que Facebook ofrece lo convierte en más que un movimiento de masas o una moda. Una de las características esenciales es que envía notificaciones en tiempo real.

“Esto quiere decir usuario puede enterarse mediante vía e-mail o hasta mensajes de texto que pasa con su red de amigos o su círculo social” –continúa Triviño–, al igual que “permite a sus usuarios unirse a grupos, los cuales están conformados por usuarios con los mismos gusto e intereses”.



## Ilustración 5 La privacidad en Facebook



Fuente: <http://ticsyformacion.com/2013/06/02/facebook-graph-search-otro-ataque-a-la-privacidad-infografia-infographic-socialmedia/>

## Capítulo 5

# La sobrecomunicación con el uso de Facebook y su incidencia en la pérdida de privacidad

*“Al dar a las personas el poder de compartir,  
nosotros hemos hecho el mundo más transparente”.*

Mark Zuckerberg, fundador de Facebook

### 5.1 Los esfuerzos de Facebook en pro de la privacidad de sus usuarios

Al crear un perfil se debe indicar que se leyeron y se aceptan las políticas de privacidad. Sin indicarlo mediante un clic, no es posible continuar con el proceso. Sin embargo, este paso suele pasarse por alto en la gran mayoría de sitios en Internet. Es una acción peligrosa y las consecuencias pueden ser muchas, en especial en una red que tiene presencia prácticamente en todo el mundo y cuenta con más de 800 millones de usuarios, de los cuales más del 80% se mantiene activo: Facebook.

El porcentaje de riesgo sería menor si la red social velara por mantener la privacidad de sus usuarios. Pero no todo es sobre los usuarios o sobre su privacidad, algunos aseguran que la prioridad para la red social es aumentar el tráfico y la visibilidad en el sitio a cualquier precio. Eso incluye el tema de la privacidad

Para comenzar, Facebook determina por defecto que toda la información en el perfil es pública. Quienes estén al tanto de que es posible modificar esta

configuración y deseen hacerlo, pueden acceder al enlace corto o al largo que explica a detalle quién puede tener acceso y a qué.

Las herramientas que ofrece la red social para que un usuario pueda velar por su privacidad son varias, van desde configurar si aparecer o no en los resultados de búsqueda de otros usuarios hasta restringir el perfil y hacerlo público para las personas que el usuario elija.

Las actualizaciones de los amigos pueden también personalizarse a modo de recibir o no recibir las actualizaciones de amigos y otros usuarios. Asimismo, las aplicaciones, que capturan la información del perfil para hacer más rápido el uso o registro en otros sitios web o redes sociales pueden restringirse.

Con un toque, mensaje, invitación de amistad es posible seleccionar qué partes del perfil son visibles para quién. Por defecto son herramientas libres para que cualquier otro usuario establezca un primer contacto con otro. También pueden ser privatizadas en la configuración de la cuenta.

Por último, el bloqueo de personas es la herramienta que hace posible bloquear a aquellos con quienes no se desea ningún tipo de contacto o se quiere limitar. Aquí figuran la eliminación de amigos y la advertencia de violación a los derechos de privacidad, spam, etc.

Uno de los primeros datos requeridos por Facebook para crear un perfil y unirse a la red social es indicar la fecha de nacimiento. Cabe resaltar que de acuerdo a la legislación de Estados Unidos, país de origen de Facebook, la edad mínima para formar parte de su plataforma era de 13 años. Sin embargo en 2010 la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) comunicó que en España se había elevado a 14 años para adecuarse a las exigencias de la legislación de dicho país, mismas que constantemente velan por garantizar la privacidad. Los menores de la

nueva edad mínima establecida tienen que tener una autorización previa de sus padres o tutores legales para unirse.

Fue así como España se convirtió en el único país en el que Facebook ha incrementado la edad mínima para poder registrarse y ser miembro de su red social y, según el sitio web [www.elmundo.es](http://www.elmundo.es), en los encuentros que mantiene el España con Facebook también se resalta la importancia de “implantar sistemas para limitar el acceso a menores de 14 años”.

En el sitio web [www.rtve.es](http://www.rtve.es) Vanesa Rodríguez (2010) hace mención a Richard Allan, Director de Política para Europa en Facebook, quien asegura que la red social “ofrece uno de los controles de privacidad más avanzados comparado con otros websites y esa es una de las razones por las que 400 millones de personas utilizan nuestros servicios”. Agrega que el cambio “es el resultado de una larga y productiva relación con la Agencia de Protección de Datos” y espera que la colaboración continúe en un futuro.

Además, el portal indica cómo funciona *la barrera de la edad mínima*: “la red social utilizará una función estándar para determinar en qué país se encuentra la persona que está intentando registrarse. Mediante la dirección de IP se determina el origen del usuario”. Así, el sistema rechazará a los menores de 13 o 14 años, respectivamente, alertando que “es demasiado joven para acceder”.

La importancia de esta acción es que cualquier empresa que desee guardar información de los usuarios debe contar con su consentimiento. Como red social, Facebook debe hacerlo. Sin embargo, el problema estriba “en determinar cuándo un individuo está en la capacidad de comprender las implicaciones de aceptar esta cesión de derechos y este es el caso de los menores”, explica Yago Fandiño (2010). Agrega que según la ley “son sus padres o tutores los responsables de educarlos, protegerlos y tomar las decisiones legales pertinentes”.

Pero lejos de contemplar en la configuración de la red social los innumerables casos que pueden presentarse, Facebook se ha mostrado abierto a mejorar lo que esté en sus manos para proteger la privacidad de sus usuarios.

Una de las acciones ha sido motivar a hackers, usuarios y personas en general, a detectar fallas. Incluso ofrece recompensas económicas para quien ofrezca información útil. Ya varias personas se han visto beneficiadas con esta iniciativa.

Otra acción fue publicada en 2011 por la Comisión de Comercio Estadounidense (FTC). Esta anunció un amplio acuerdo con Facebook sobre los datos que manejan sus usuarios que implica que durante los siguientes 20 años podría someterse a auditorías periódicas.

En 2011, Sebastián Cabezas describió el acuerdo, aseverando que, puntualmente, Facebook está:

- Restringido para distorsionar la privacidad o seguridad de la información personal de los usuarios.
- Obligado a obtener el consentimiento afirmativo expreso de los usuarios antes de realizar cambios que anulan sus preferencias de privacidad.
- Condicionado a prevenir que cualquier persona tenga acceso al material de un usuario en no más de 30 días luego de que el usuario elimine su cuenta;
- Limitado a establecer y mantener un programa de privacidad exhaustivo diseñado para atacar riesgos de privacidad y proteger la privacidad y confidencialidad de la información de los usuarios.
- Forzado, dentro de 180 días, y cada dos años durante los próximos 20 años, a obtener la certificación de auditorías independientes y externas ordenadas por la FTC para asegurar que la privacidad de la información de los consumidores está protegida.

“Facebook ha aceptado un requerimiento de la FTC para desarrollar un programa completo de privacidad”, subraya David Jacobs, miembro del organismo de defensa del consumidor dependiente del Centro de Información Electrónica Privada de Estados Unidos. Y agrega que será interesante averiguar si de esta forma la Comisión mantiene una vigilancia más cercana sobre la actividad de la red social.

### **5.1.1 Modificaciones a las políticas de privacidad**

El artículo Facebook y su privacidad (2012) de la revista Consumer Reports asegura que la empresa toma los problemas de privacidad y seguridad en serio y relata que Andrew Noyes, gerente de comunicaciones y políticas de Facebook, les habló sobre un blog publicado el año pasado –2011– por Mark Zuckerberg, quien escribió: “Nosotros revisamos el acceso de privacidad, literalmente, decenas de miles de veces cada día para garantizar que estamos cumpliendo con que solo las personas que usted desea puedan ver su contenido”.

Los usuarios de las redes sociales no son los únicos que deben velar por su privacidad, estos sitios también juegan un papel trascendental. De acuerdo a la publicación, Facebook se ha esforzado en atender las preocupaciones de los usuarios, mismo que se ha plasmado en las modificaciones a sus políticas de privacidad.

Diana Lucía Salas, autora del artículo Cambios de Facebook en privacidad (2013) considera que es un tema inquietante. Cuestiona las sutiles nuevas destrezas de la red social: reconocimiento facial y acceso a la dirección IP de la computadora. Respecto a la primera explica que uno de los cambios anunciados por la red social es el reconocimiento fácil. Con el mismo se identificará al usuario y a sus amigos en las fotos que se suban.

Facebook se justifica con querer mejorar el sistema de sugerencia de etiquetas, pero ello implica que la fotografía de perfil es información pública, agrega Salas. Es aquí en donde surge la controversia, pues la red social está clara en que cualquier persona puede acceder a la información pública y por ende, no tenemos control sobre los que ven esta información. Incluso si hemos restringido el perfil completo a “Solo amigos” o a personas en específico.

La autora también hace referencia a la aclaración de Erin Egan, Directora de Privacidad de Facebook, quien asegura que “los desarrolladores de aplicaciones continuarán teniendo acceso a la información privada desde el momento en el que accedes a compartirla, hasta que solicites directamente que la eliminen”.

Otro de los cambios en la red es que ahora, al conectarse desde un dispositivo móvil, será capaz de identificar la dirección IP del usuario, el sistema operativo, la ubicación y el número de teléfono. Además, revela que “los datos se utilizarían – por ejemplo– para enviar notificaciones o para mostrar cuáles amigos se encuentran cerca”, así como para difundir, compartir y utilizarlos para sugerir páginas o generar contenido.

El cambio más reciente de Facebook ha sido anunciado fue el suprimir la función que controla que los usuarios puedan ser encontrados cuando otros introducen su nombre en la barra de búsqueda del portal. Esta iniciativa fue motivada por el limitado número de usuarios que utilizaban esta función: 1,200.

## **5.2 La pérdida de privacidad en Facebook**

Las redes sociales, se han instalado en nuestras vidas con determinación y celeridad, y como herramientas de Internet, proporcionan otro medio moderno de

comunicación. Castells (2001) afirma que "Internet parece tener un efecto positivo en la interacción social y tiende a aumentar el grado de exposición a otras fuentes de información". Hace evidente que las redes sociales virtuales (sitios de red social) amplían y posibilitan el acceso a nuevo planos de comunicación.

No obstante, en el caso específico de Facebook, que está prácticamente en todo el mundo y cuenta con más de 800 millones de usuarios, cualquier descuido puede representar un daño a la integridad y bienestar de cualquier usuario.

La información actualizada y poco a poco complementándose, se combina con lo atemporal de Facebook convirtiéndose en un peligro amenazador. Su proceso de comunicación virtual interactivo permite "el pasado, el presente y el futuro se pueden programar para interactuar entre sí en un mismo mensaje" (Castells, 1996). Así, teniendo acceso a información de estos tres tiempos, en cualquier momento y sin límites, la información de un usuario está siempre al alcance de cualquiera, situación que los usuarios de Facebook pueden ignorar o minimizar.

Es de dominio público que la información obtenida a través de Facebook permite segmentar a los usuarios para diferentes propósitos. El marketing, por ejemplo, es de los principales.

### **5.2.1 Las deficiencias de Facebook**

En el artículo Mark Zuckerberg sufre los errores de privacidad de Facebook, publicado en 2011 en el periódico digital de España El País, se debate sobre la privacidad de Facebook, misma que retomó fuerza luego de que en 2011 se introdujera la nueva barra de información instantánea. Esto "hizo que el muro volviera a ser público, aunque antes el usuario lo tuviese configurado solo para sus contactos".



Uno de los errores de Facebook era permitir que cualquier usuario viera un número ilimitado de las fotos más recientes subidas por otros usuarios, independientemente de la configuración de la privacidad de estas fotos. Este fallo fue solucionado temporalmente a raíz de que el mismo fundador de Facebook se vio afectado por él.

Usuarios de Facebook pudieron ver fotos del fundador de la red social con su novia Priscilla Chan mientras juegan con su perro, están en un restaurante o preparan sushi, así como él repartiendo dulces en Halloween o posando con el Presidente de Estados Unidos, Barack Obama, revela el artículo.

El ingeniero Mike Rundle es mencionado en el mismo y acusado de ser el responsable de esta violación a la privacidad del afectado. Pero cita a Daily Mail aclarando que él asegura “haber visto las fotos enlazadas en el foto Hacker News”.

En el mismo año de la publicación el creador de la red social reconoció haber cometido “un montón de errores” en lo referente a la privacidad de los usuarios. Esta declaración surgió luego del compromiso entre Facebook y el gobierno de Estados Unidos, en el que esta “se compromete a solicitar el consentimiento expreso de sus miembros antes de que sus datos sean compartidos más allá de lo que se está previsto en los términos de uso y confidencialidad”.

Los expertos coinciden en que los usuarios deberían publicar información y datos que acepten previamente que puede ser pública. Y es que en junio de 2013, la red social develó otra de las deficiencias que ha presentado: la privacidad de Facebook falló permitiendo que cerca de 6 millones de usuarios vieran (sin poder hacer nada) cómo se compartían sus direcciones de correo electrónico o números de teléfono con otras personas. Lo peor de todo era que ellos no habían otorgado su consentimiento.

Esto fue informado por el sitio web [www.pcworld.es](http://www.pcworld.es), que agrega que fue posible a través de la herramienta “Descarga Tu Información” (DYI, en sus siglas inglesas), “pensada para que cualquier usuario pueda guardar un archivo de su cuenta en Facebook”.

### **5.2.2 Ignorancia**

“Casi nadie lee las políticas de privacidad” previo a crear un perfil de Facebook, indica el social media manager Gerald Kiesling (2003), “y eso que es un requisito antes de que la red social lo cree”, añade. Es común afirmar que se han leído las condiciones y políticas de privacidad cuando realmente no se ha hecho. Pereza, falta de tiempo o de interés para leerlas, hay muchas razones, pero todas direccionan al primer error del usuario para salvaguardar su privacidad: la ignorancia nos hace vulnerables.

El nombre y la foto de perfil son los primeros datos que nos solicita la red para crear un perfil en Facebook. Al colocar dicha información permitimos que cualquier persona asocie ese nombre de perfil con la fotografía que proporcionamos, en especial teniendo claro que Facebook considera estos datos como información pública y permite que cualquier persona –con o sin perfil en Facebook– pueda verlo al buscar esos datos en la red social.

### **5.2.3 Desacato a las políticas de privacidad**

Una de las formas en las que se quebrantan las políticas es el sonado caso de la falsedad de la información. Un claro ejemplo es el de los usuarios que se ven “obligados” a ofrecer su fecha de nacimiento errónea con el fin de crear su perfil social a cómo de lugar.

Además, un gran número de usuarios se hacen pasar por otras personas ofreciendo información falsa. Así, el nombre, los intereses y las fotografías no concuerdan con el ser humano del otro lado de la pantalla.

Las dos situaciones anteriores son dos de los ilimitados ejemplos que siguen muchos usuarios de Facebook. Los fines no necesariamente son negativos, pero para qué engañar si no hay nada que ocultar

No obstante, el desconocimiento de las políticas de privacidad es una de las principales razones por las cuales se quebrantan. No todos los usuarios de Internet conocen a cabalidad cómo son beneficiados o afectados por estas.

### Ilustración 6 Privacidad en Internet



Fuente: <http://es.globalvoicesonline.org/2013/03/05/quien-tiene-el-derecho-al-olvido-espana-y-google-ante-el-tribunal-europeo/>

#### **5.2.4 La subestimación del peligro**

Además de ignorar o desacatar las políticas de privacidad, existe otra forma de poner en riesgo la privacidad, y es minimizando los peligros que representa el uso de redes sociales.

De acuerdo al artículo Prevención en el uso de las redes (2013), publicado en el diario nacional Nuestro Diario, es importante prestar atención a la prevención. Se debe alertar a los usuarios sin importar su edad, pues desde los siete años es posible “comprender que sentirse atraídos por un contenido hace caer en una trampa”, indica el psicólogo consultado Edgar Santizo.

Citando al profesor de informática Miguel Ángel Molina, quien opinó al respecto, la forma más “racional” de alertar acerca de los peligros es “descubrir los engaños y daño que causan”. Luego de conocerlos es preciso “ser selectivos basándose en la realidad”.

#### **5.2.5 La sobrecomunicación de los usuarios**

“Si usted está leyendo esto, es muy probable que también tenga un perfil en Facebook”. Así empieza el artículo Facebook y tu privacidad de la Revista Consumer Reports en la edición digital de junio 2012.

El artículo indica que el número de usuarios de Facebook va cada vez más en aumento por las posibilidades que ofrece, como encontrar y mantenerse en contacto con amigos, familiares y colegas, descubrir información y contenido atractivo, identificarse y participar con causas, ver y compartir fotos, hacer negocios y recibir invitaciones de eventos. Para ello, “Facebook y otras grandes

redes sociales recopilan grandes cantidades de información confidencial y la distribuyen” rápida y abiertamente.

Como usuario te da gusto encontrar un viejo amigo, asegura. “¿Pero cuánta información sobre usted se recopila realmente? ¿Cómo se utiliza? ¿Existe la posibilidad de que caiga en las manos equivocadas?”

Para responder estas interrogantes Consumers Union (Unión de Consumidores), una organización especializada independiente y sin fines de lucro comprometida con los consumidores en general para protegerlos y velar por un mercado justo, emprendió un estudio para obtener los datos necesarios para su reporte anual sobre el estado de Internet.

La organización entrevistó a expertos en seguridad, abogados especializados en privacidad, desarrolladores de aplicaciones y víctimas del uso indebido de seguridad y privacidad. Asimismo, indicó: “hemos estudiado a fondo las investigaciones privadas y académicas y del gobierno, así como los enredados controles y políticas de Facebook”. Detalló que se entrevistó a 2,002 hogares con Internet, incluyendo 1,340 miembros activos de Facebook para elaborar un reporte nacional (estadounidense).

Una de las encargadas de publicar oficialmente los reportes, estudios y trabajos de la Consumers Union, la revista Consumer Reports, divulgó en su edición digital de mayo 2012 algunas conclusiones del estudio realizado del 16 al 31 de enero de 2012, que, vale la pena destacar, identificó un margen de error de - 2% frente a un nivel de credibilidad del 95%.

Entre los motivos de preocupación que se mencionan, la sobrecomunicación encabeza la lista y señalan que algunas personas comparten demasiada información: “Nuestras proyecciones sugieren que 4.8 millones de personas han

usado Facebook para mencionar el lugar al que planearon ir un día determinado (puede servir de aviso para los ladrones) y que 4.7 millones ponen “me gusta” a páginas de Facebook sobre condiciones o tratamientos de salud (información que un asegurador podría usar en su contra)”.

### **5.3 La sobrecomunicación en Facebook**

El caso de Internet es uno donde el exceso de información disponible, esta sobrecarga de información es evidente. Cortizo (2010) indica que “es incluso más dañina en algunos dominios concretos”. Y las redes sociales como Facebook forman parte de los dominios a los que se refiere.

Crear un perfil, buscar y encontrar amigos, enviar invitaciones a desconocidos, publicar un estado, comunicar nuestro estado de ánimo, publicar un itinerario o cargar una foto del lugar en dónde estamos son parte del día a día de los *facebookeros*.

El mundo de posibilidades de un usuario en Facebook es casi ilimitado. Por ende, es común escuchar a alguno que tienen la intención de ingresar a la red social por algunos minutos para enterarse de las últimas notificaciones y termina socializando por horas. Facebook es una herramienta de comunicación, entretenimiento, ocio y demás. Una cosa lleva a la otra. La interacción implica comunicación, y ésta, a su vez, puede acarrear sobrecomunicación.

Si bien es cierto que en muchos casos la interacción alcanza solo ruido comunicativo, es probable que llegue el punto en el que ya no se puede decir nada más. “¿Nada más? –especula Rubén Bravo en su artículo El exceso de comunicación– Pero aun así seguimos conectados, seguimos emitiendo ante el peligro de empezar a decir cosas que no convienen.”

Dar información no relevante es sencillo. Las redes sociales están llenas de información casi sin importancia (Bravo, 2013). Sin embargo, también se proporcionan datos que parecen irrelevantes, pero que pueden poner en riesgo la privacidad del usuario, situación que también se aplica cuando se publican datos que se cree son resguardados por las políticas de privacidad de la red social.

El lugar y la fecha de nacimiento, la dirección de residencia, el número de teléfono, datos bancarios e inclusive ideologías políticas son datos que no deberían ser publicados en Facebook. Al hacerlo se transparenta la vida y, mientras más se conoce de un usuario, más fácil es controlarlo, estudiarlo, conocerlo y perseguirlo.

Aunque un gran número de usuarios activos en Facebook personaliza la configuración de privacidad de su perfil, publica esta información creyendo que no pasará a mayores.

Los usuarios imprudentes, en parte, le atribuyen al seguridad al tener como amigos solo a conocidos o familiares, pero una vez es subida a Internet se pierde el control de ella. Nunca se sabe qué puede hacer una tercera persona con esta. Es una irresponsabilidad no conocer el alcance de las acciones, principalmente cuando de Internet se trata.

## Ilustración 7

### Datos privados para evitar publicar en las redes sociales



#### Fecha y lugar de nacimiento

Aunque parezca una información sin importancia, tu edad y lugar de procedencia, junto con tu nombre y apellidos podría hacerte víctima de un robo de identidad. Por ponerte un ejemplo con esa información se podría obtener tu certificado de nacimiento o rellenar alguno de los controles utilizados en banca online.

#### Dónde vives



Si tienes agregados como amigos a personas que no son de tu círculo de confianza (tu dirección de casa no les debería interesar) o que no conoces físicamente (pueden estar haciéndose pasar por otras personas), al facilitar tu dirección de casa estás aumentando el riesgo de sufrir un robo, acoso, etc.



#### Datos bancarios

Cuando tomas un café o das un paseo con un amigo, ¿le dices tú número de cuenta bancario o tu número de tarjeta de crédito? No, ¿verdad? Pues en Internet tampoco lo hagas. Aunque te resulte extraño es bastante común encontrar a usuarios que publican fotografías de sus tarjetas de crédito personalizadas.

#### Teléfono móvil



Lo más habitual es facilitar número de teléfono sólo a nuestros amigos o personas que necesitamos que contacten con nosotros puntualmente. No nos gusta que nos llamen empresas para ofrecernos algún producto o realizarnos una encuesta, no nos fiamos, nos incomoda, nos molesta. ¿Por qué publicar entonces en nuestro perfil de la red social nuestro número de tlf. que podría estar al alcance de cualquiera?



#### Planes para las vacaciones

Si no tienes configuradas las opciones de privacidad correctamente o publicas en tu perfil los planes para tus vacaciones -con quien vas, cuando, dónde, duración, etc.- los delincuentes sabrán cual es el mejor para «saquear» tu casa.

Fuente: <http://www.pinterest.com/pin/52917364344912890/>



Cada vez que dejas que otra persona maneje la información, pierdes el control sobre ella, considera Andrew Walls (2013) y complementa: “mi sensación es que una vez que paso mi información de contacto a un tercero, a un amigo por ejemplo, ya no podré controlar esos datos, ya que alguien más tendrá acceso a ellos y no puedo estar seguro de que esta tercera persona lo termine pasando a otros”. Sobrecomunicar pone en mayor riesgo a un usuario porque el receptor habrá recibido datos e información extra que le permitirá tener un mejor estudio del mismo.

### Ilustración 8

#### El sentido común en Facebook



Fuente: <http://www.trecebits.com/2012/12/21/todo-lo-que-debes-saber-sobre-la-privacidad-en-facebook-humor/>

### 5.3.1 La estrecha línea entre comunicar y sobrecomunicar

Pareciera que un usuario puede salvaguardar su privacidad fácilmente, pero ¿será que si evita indicar su ubicación en tiempo real pero sube fotos de su carro, casa o trabajo, lo está logrando?

Interactuar en Facebook parece una simple e inofensiva actividad recreativa, pero el envío y la recepción de información que implica facilita que un usuario pueda comunicar de más, es decir, que sobrecomunique.

El exceso de información se debe a un crecimiento significativo en la cantidad de información disponible a escala mundial. La creencia popular de que pensar que mientras más información, mejor, es errónea. “El problema no es la cantidad de información sino la calidad de la información”, expuso José Cervera durante las II Jornadas de Periodismo Digital en Argentina en el año 2013.

Un dato compartido que parezca irrelevante basta para que cualquiera pueda convertirse en su receptor, así que es preciso conocer si es o no necesario comunicarlo. De ser negativa la introversión anterior nos lleva a catalogarlo como “extra” y por ende, nos haría cruzar la línea de la comunicación y caer en la sobrecomunicación.

Por ejemplo, aceptar o agregar como amigos a personas que no conocemos es un peligro potencial. “Aunque tenga un cara bonita, parezca amigable o comparta nuestros intereses laborales, no sabemos quién está detrás de ese perfil que incluso pudiera ser falso o pertenecer a personas con intenciones siniestras” (Kiesling, 2013).

### 5.3.2 Las consecuencias para el usuario

“La merma de privacidad es un daño en sí mismo, efectivamente, una pérdida” (Flores, 2011). Mientras más se sepa de una persona, más vulnerable es esta, por ello supone un factor de riesgo. “Pensemos en el acoso de un pederasta, en un caso de ciberbullying” o en el final de una relación amorosa, agrega.

Chas (2010) explica una de las consecuencias más serias de sobrecomunicar: el rastro casi imborrable relativo a la vida de un usuario. Esa memoria "infinita" constituye algo nuevo, dado que probablemente aun no somos capaces de comprender lo que es vivir en una sociedad que "nunca olvida", expone.

Lo anterior implica que las nuevas generaciones podrían no valorar la privacidad tanto como las anteriores. De esta forma se perdería un mayor grado de control sobre sus propias vidas, hecho que puede beneficiar a gobiernos y empresas.

Sobrecomunicar implica una mayor exigencia para la ciberconvivencia. Flores también define las redes sociales como “las verbenas de Internet”, aludiendo que los usuarios las disfrutan, pero todos están más juntos, tropezando unos con otros, lo que genera más amoríos y por ende, más peleas.

La vida amorosa de los usuarios también se ve perturbada con la sobrecomunicación. En su artículo Facebook, una bomba para las relaciones amorosas, el consejero sexual y editor del New York Times, Ian Kerner, llama “bombas de Facebook” a las relaciones que se han destruido a causa de la red social. Explica que cuando se comienza una amistad en línea es fácil idealizarse el uno al otro y favorecer una sensación de intimidad.

Lo peor del caso es que los usuarios no demuestran que toman posturas o acciones inquebrantables y permanentes encaminadas a evitar la

sobrecomunicación o a resguardar su privacidad. Tampoco se ve que las tecnologías y configuraciones de protección de privacidad hayan mejorado o avanzado elocuentemente (Chas, 2010).

### **5.3.3 El uso de la información obtenida**

“Facebook y otras grandes redes sociales recopilan grandes cantidades de información confidencial y la distribuyen” lo más rápida y ampliamente que lo que las tradicionales empresas recopiladoras de datos sobre el consumidor hubieran sido capaces”, explica el artículo Facebook y su privacidad.

Novoa (2012) considera que cuánto más se atiendan las consecuencias de la era digital sobre el concepto de privacidad y propiedad, mejores resultados se obtienen. “No hay nada mejor que conocer de dónde venimos para saber a dónde vamos”, remata.

Debido a su giro de negocios, Facebook necesita segmentar a sus usuarios. Lo logra obteniendo la mayor cantidad de información posible. Constantemente pide información a sus usuarios. “Si yo publico que estudié en determinada universidad, ejemplifica Gerald Kiesling (2013), no se queda ahí, me pregunta por el año, la duración, el lugar, etc.. y todo se queda en *la nube*”.

Como usuarios de Facebook nos exponemos con cada publicación, imagen o “Me gusta”, pues no solo revelamos información que nos define, además la red social puede utilizar esos datos para otros fines más que permitirnos socializar, asevera Kiesling.

Probablemente la mayor prueba de esto radica en Facebook Ads, el sistema publicitario de Facebook que muestra anuncios en una barra lateral derecha en la página. Brinda la posibilidad de segmentar muy detalladamente y ajustar los

anuncios de determinada empresa a su cliente ideal. Es capaz hasta de medir los resultados convirtiendo a sus usuarios en estadísticas.

Ya que Facebook conoce el grupo objetivo al cual debe llegar el anuncio, segmenta a sus usuarios de acuerdo a la información que ellos mismos han comunicado o sobrecomunicado. Las variables más básicas incluyen: sexo, edad, país, ciudad, idioma, gustos, intereses, etc.

De hecho, cada vez que alguien visita un sitio web en el que puede verse un botón “Me gusta” de Facebook se genera un reporte. “Incluso si nunca hace clic en el mismo, no es usuario de la red social o no está conectado”, puntualiza. Su alcance es una de las características que le facilita la recopilación de un número prácticamente ilimitado de datos, y pueden compartirse más de lo que el usuario pudiera desear.

Leyva (2011) expresa que las redes sociales tienen una motivación económica para filtrar la información privada ya que esta puede ser una fuente de ingresos importante. Pero “eso no significa que no pueda existir transparencia. Los sitios de Internet deben hacerle saber a sus consumidores que es lo que se está haciendo con su información”.

Añade que, siendo los usuarios los que proveen la mayor parte de ingresos económicos a las redes sociales, cualquier contrato que una red social tenga con otra empresa o iniciativa privada debe ser públicamente accesible a ellos. Y en los casos en los que la filtración ocurre sin el consentimiento de la red social, debería reparar su falla para prevenir el coladero de más información. Leyva concluye diciendo: “Si los usuarios de las redes sociales demandamos que nuestra privacidad sea protegida, estas tienen que escucharnos. Pero si no hacemos nada entonces estamos simplemente entregando nuestra información a cualquiera que esté dispuesto a pagar por ella”.

### 5.3.4 ¿Cómo resguardar la privacidad en Facebook?

La protección de la privacidad no compete solamente a los dirigentes de redes sociales, a los usuarios y las personas en general les incumbe velar por su derecho a la privacidad. Para iniciar, todo usuario de las redes sociales debe conocer las políticas de privacidad de Facebook y más que eso, configurarlas según su caso particular.

Este consejo suele ser mal asumido, pues configurar las opciones de privacidad es importante, pero lo fundamental es conocer cómo funcionan, las limitaciones y los posibles efectos negativos que puede desencadenar el poco conocimiento de ellas (Flores, 2011). En el caso de Facebook se eleva la importancia de esta acción, pues la privacidad predeterminada para todo nuevo perfil es “pública”, lo que significa que cualquier persona –usuario o no– puede tener acceso a la información publicada bajo la misma.

Existen consecuencias para cada acción. Así, proteger los datos personales cobra mayor relevancia a tal punto que las leyes están del lado de los usuarios, no de las redes sociales. La publicación de los datos, las fotografías y el resto de actualizaciones tienen origen en el usuario, quien se convierte en el primer filtro para saber qué conviene evitar publicar. Es tan común interactuar en Facebook sin reflexionar ni caer en cuenta si conviene o no.

Otra de las pautas a tomar es mantener una actitud proactiva para defender y proteger la privacidad. Muchos usuarios interactúan en Facebook de manera inconsciente, negligente, compulsiva o incluso temeraria, insiste Flores.

Pese a la controversia respecto a la postura de esta red social, esta ofrece la opción de supervisar las publicaciones, monitorear las etiquetas e incluso ocultarlas o eliminarlas.

## Ilustración 9

### Acceso directo a la configuración básica de la privacidad en Facebook

# Privacidad en Facebook configuraciones básicas

Abrir una cuenta en la red social más grande del mundo es muy sencillo. Sin embargo, en automático se convierte uno en una persona pública. Aquí algunas recomendaciones para mantener en privado información personal que se sube a la red:



Fuente: <http://www.pinterest.com/pin/52917364345018417/>

Durante la Conferencia D8 en 2010, Mark Zuckerberg no pudo evitar la ronda de preguntas en temas de privacidad. En la misma develó que más del 50% de usuarios de Facebook ha cambiado por lo menos una característica de la privacidad de su cuenta. "Para mí, esta es una señal de que en general estamos haciéndolo bien".

Pero el tener personalizada esta configuración no resguarda por completo a sus usuarios. Otra parte depende de ellos. Por ejemplo, es frecuente aceptar invitaciones de amistad de personas desconocidas, dispares o con las que no se está en contacto. Grave error.

Los amigos de un usuario también pueden poner en riesgo su privacidad. Por ello es importante estar en constante monitoreo y evaluar el peligro que determinados usuarios representan. Cabe resaltar que no necesariamente ocurre de manera malintencionada, pues en ocasiones es involuntario.

“El exceso comunicativo puede convertir las relaciones sociales y personales en un infierno”, asegura Bravo (2013). Pero es complicado pedir o hacer conciencia sobre el exceso de comunicación cuando por naturaleza el humano es un ser comunicativo que ha inventado no solo el lenguaje sino múltiples variables y canales de transmitirlo. La desconexión es imposible, así que se debe recalcar la importancia de la cultura de la privacidad.

El hecho de que sea difícil velar por la privacidad en Facebook no implica que los usuarios se desentiendan o escatimen esfuerzos en protegerla. Todo lo contrario, es clave comprender que por muy estrictas que sean las políticas de privacidad de la red o de un perfil en Facebook, si fue subida a Internet en cualquier momento podría convertirse en pública. Todo usuario está sujeto a perder control de ella, así que estar conscientes de que la sobrecomunicación existe y puede ser peligrosa es fundamental. “Si realmente queremos que algo no sea conocido o se mantenga totalmente en el anonimato, es mejor no compartirlo”, indica Novoa (2012).

Cuando la red social ha desencadenado molestias, inconvenientes, conflictos o peligro a un usuario, otra opción poco contemplada pero que vale la pena considerar es deshabilitar la cuenta de Facebook. Kerner (2011) asegura que “no



hay ninguna vergüenza en deshacerte de la variable que está causando todos tus problemas”.

#### **5.4 El aspecto legal: demandas a Facebook por violación a la privacidad**

“Facebook ha sido acusado desde hace tiempo de: 1) Dar a los usuarios muy poco control sobre sus parámetros de privacidad y seguridad, y 2) Dificultar a los usuarios el entender (y dar seguimiento con el tiempo) lo que esos controles realmente conceden al usuario. Con el anuncio de Facebook de nuevos controles de privacidad, parece que las cosas están dando un giro para bien de los más de 1,000 millones de usuarios de Facebook”, afirma Debra Donston-Miller (2012) en su artículo Nuevas políticas de privacidad de Facebook: las buenas noticias. Sin embargo, parecen no haber sido suficientes para callar las constantes referencias a la violación a la privacidad de sus usuarios.

Recientemente, Facebook presentó una nueva herramienta: Graph Search. Este buscador es prácticamente ilimitado. Como con el resto de herramientas, los usuarios son quienes deben determinar el contenido a buscar, situación que ya está preocupando a algunos usuarios, pues “haciendo una sencilla analogía, la multa de tráfico que figuraba publicada en un boletín oficial en la era pre-Google, y que tenía una trascendencia pública limitada, con el surgimiento de Google y el resto de buscadores, ha adquirido un tinte público ilimitado” (Tourinho, 2013).

Lo que un usuario puede buscar a través de esta herramienta incluye: publicaciones, eventos, aplicaciones, etiquetado, grupos, lugares e información geográfica.

## Ilustración 10

### Presentando Facebook Graph

**La gráfica de Facebook:**  
**¿Otro ataque a nuestra privacidad?**

**¿En qué consiste la búsqueda en la gráfica de Facebook?**



Pronto se lanzará la función de búsqueda en la gráfica de Facebook (actualmente, está disponible en versión beta para usuarios con inglés americano) y antes de su lanzamiento, ya hay posiciones a favor y en contra. A algunos les fascina la idea de poder buscar entre las fotos de los amigos, sus restaurantes preferidos o las apps que utilizan. Por el contrario, sus detractores piensan que Facebook se ha pasado de la raya por dejar que los usuarios se espíen unos a otros. ¿Qué se podrá buscar en la biografía de un usuario?

Registros del usuario y sus amigos o donde han sido etiquetados

Objetos con información geográfica

- Publicaciones
- Eventos
- Aplicaciones
- Etiquetado
- Grupos
- Lugares
- Información geográfica

Fuente: <http://ticsyformacion.com/2013/06/02/facebook-graph-search-otro-ataque-a-la-privacidad-infografia-infographic-socialmedia/>

En muchas ocasiones el contenido en las redes sociales tiene “derecho al olvido”. Esto significa que lo nuevo va dejando cada vez más atrás lo antiguo conforme se sube al perfil. No obstante, con el nuevo buscador esto será cosa del pasado y el buscador podrá formularlo entre la lista de resultados o coincidencias.

El caso de es solo un ejemplo de las continuas y múltiples preocupaciones por la pérdida de privacidad que podrían sufrir los usuarios de Facebook.

Anteriormente otros casos han capturado la atención de los medios. En 2006 se presentó una demanda colectiva a la compañía de Mark Zuckerberg, la cual agrupa 21 casos individuales. Aludía el rastreo indebidamente el uso que hace de Internet. La indemnización solicitada figuró en los 15 millones de dólares por supuestos daños y perjuicios.

La firma Stewarts Law, representando a los afectados, declaró a través de su representante que no era solamente una demanda por daño y perjuicios, “sino también de derechos de la privacidad digital que podría tener un amplio y significativo impacto en el aspecto legal y de los negocios.”

La firma Merchant Group LLP presentó en 2010 una demanda colectiva en contra de Facebook por violación de la privacidad de sus usuarios. Alude que la red social quebrantó su política de privacidad y utilizó la información personal de Donald J. Woligroski (uno de los demandantes) para fines comerciales y la firma califica la acción como “maliciosa, deliberada y opresiva”.

En 2011 un juez de California, Estados Unidos aprobó un acuerdo por 20 millones de dólares entre Facebook y un grupo de 5 usuarios que pugnaban respecto a la publicidad dirigida. El argumento se basaba en que las *historias compartidas* de la red social son un programa falta a la privacidad de un usuario. Y es que cuando la red social publica en el perfil de un amigo de determinado usuario que la ha dado *like* a alguna publicación, lo evidencia.

El caso anterior motivó a Facebook a prometer “mayor control respecto a cómo se comparte su contenido, cambios que los abogados de los demandantes estiman tienen un valor de hasta 145 millones de dólares”, indicó el sitio web [www.cnnexpansion.com](http://www.cnnexpansion.com).

Si bien estos han sido los casos más sonados, en los últimos años, Ricardo Cruz (2012) menciona muchas otras demandas interpuestas contra Facebook. Las mismas acusaciones se repiten: violación a los derechos de privacidad de los usuarios. Pese a que hasta la fecha ninguna ha conseguido nada crucial –ya sea por falta de pruebas para condenar a la compañía o porque se ha llegado a un acuerdo económico previo al juicio–, es una situación que trae a la mente el popular refrán: “Cuando el río suena es porque piedras lleva”.

## Conclusiones

1. La sobrecomunicación es un término poco conocido que está cobrando auge. Se define como el intercambio de información con una saturación de datos.
2. Existe la creencia de que mientras más información se proporciona o recibe, mejor. No obstante, el problema del exceso de información radica en la calidad de la información más que en la cantidad, pues se proporcionan datos innecesarios o irrelevantes.
3. El término “sobrecomunicación” se deriva del anglosajón *information overload*, que hace referencia a la sobrecarga de comunicación. De acuerdo a diversos autores, es inevitable, en especial en el ámbito de la tecnología.
4. La privacidad es un derecho tan fundamental para el bienestar del ser humano, que la Declaración de los Derechos Humanos del 10 de diciembre de 1948 hace referencia a ella en el artículo 12.
5. El mundo globalizado y los continuos avances tecnológicos ocasionaban que cada vez sea más difícil velar por resguardar la privacidad. De hecho, el sinfín de posibilidades y herramientas disponibles en Internet deriva que se pierda el control de cualquier información y dato subido.
6. La pérdida de privacidad en Facebook compete tanto a la red social como a los usuarios. Si bien Facebook se mantiene en constante actualización para que la configuración de la red social pueda adaptarse al caso personal de cada usuario, se ha visto envuelta en controversia. Se cree que la red social

tiene un fin maléfico que busca obtener recompensas económicas a través de la venta y comercialización de los datos de los usuarios.

7. Los usuarios de Facebook pueden llegar a ser irresponsables respecto a la interacción en la red social. Al ofrecer ciertos datos específicos que pueden parecer irrelevantes o inofensivos al inicio, pueden caer en la sobrecomunicación.
8. La diferencia entre comunicación y sobrecomunicación básicamente radica en que los datos obtenidos o publicados pueden representar un potencial riesgo para el usuario.
9. Un usuario puede identificar si está sobrecomunicando inicialmente con el sentido común. Si no es necesario publicar algún dato o cierta información en Facebook, no debería hacerlo. Analizando si puede representar un peligro, debe evaluar el alcance de sus acciones en la red social y tener presente que la personalización de la configuración de privacidad en Facebook no basta y que tiene en sus manos está la decisión de publicar o no algo.

## Recomendaciones

1. Estar consciente de que resguardar su privacidad es un derecho reconocido por las Naciones Unidas, por lo que debe protegerlo tanto en la vida real como en la virtual.
2. Reconocer la importancia de la protección de la privacidad y velar por cuidarla del ojo público en todos los medios, especialmente en Internet, es fundamental para quien incursione en el mundo de las redes sociales en general.
3. Evitar la sobrecomunicación durante la interacción en las redes sociales. De hecho, siempre que se use Internet. Por corta o mínima que pretenda ser la conexión.
4. Los usuarios de Facebook deben mantenerse proactivos teniendo siempre presente el alcance que pueden tener sus acciones en la red social. Así, mantenerse actualizados cuando hayan cambios en Facebook o noten comportamientos peculiares entre sus contactos.

## Referencias bibliográficas

1. AFP (2013). Artículo: Facebook pretende conectar a millones. Prensa Libre. Guatemala
2. González Rey, Fernando Luis y Mitjáns, Martínez, Albertina (1999). La personalidad, su educación y desarrollo. Cuba: Editorial Pueblo y Educación.
3. Ballina Talento, Guillermo (2008). La evolución de Internet como medio de comunicación masivo. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
4. Berganza, Beatriz (2013). Artículo: Prevención en el uso de las redes. Nuestro Diario. Guatemala.
5. Berlo, David K. (1979). El proceso de comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica. Buenos Aires: El Ateneo.
6. Bernal Triviño, Ana Isabel (2011). Redes sociales y medios de comunicación. Las redes sociales: un reto y una oportunidad. Grupo Labcom. Universidad de Málaga.
7. Castells, Manuel (2006). La sociedad red: una visión global. Madrid: Alianza.
8. Castells, Manuel (1996). The rise of the Network Society. Estados Unidos: Blackwell.



9. Castro, Óscar y Posada, Consuelo (1998). Manual de teoría literaria. Óscar Castro y Consuelo Posada. Universidad de Antioquia. Colombia.
10. Erlichman, Leonel. Sobreexposición personal en la red. De lo privado a lo público, cuando compartir es demasiado. España: Bubok.
11. Faerma, Juan (2010). Faceboom: Facebook, el nuevo fenómeno de masas. España: Alienta.
12. Hernández, Dolores Reig (2012). Socionomía: ¿Vas a perderte la revolución social? España: Deusto
13. Markoff, John (2014). Artículo: Creadores de la Internet hablan del futuro de red. The New York Times International Weekly, Prensa Libre. Guatemala.
14. Mérida González, Aracelly Krisanda (2000). Apuntes para la redacción de referencias bibliográficas y citas de texto. Guatemala: Editorial ARCASAVI.
15. Mérida González, Aracelly Krisanda (2009). Guía para elaborar y presentar el proyecto de tesis. Guatemala: Editorial ARAKRIS.
16. Mingrone de Camarota, Patricia Lucía (2007). Metodología del estudio eficaz: ¿Cómo estudiar? ¿Cómo aprender? Argentina: Bonun.
17. Morales Jiménez, Evelin Paola (2012). Marketing viral en Facebook. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
18. Moreno, María Guadalupe (2007). Introducción a la metodología de la investigación educativa II. México: Editorial Progreso.

19. Pasquali, Antonio (1970). *Comprender la Comunicación*. Venezuela: Ediciones Monte Ávila.
20. Potin Brantes, Pascale (2007). *La obesidad de la comunicación en el mundo digital, un nuevo escenario para la publicidad*. Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Diego Portales. Chile. Facultad de Comunicación y Letras.
21. Rodrigo, Miguel (1995). *Los modelos de la comunicación*. Madrid. Tecnos.
22. Rotenberg, Marc (2000). *Protecting Human Dignity in the Digital Age*. UNESCO.
23. Shannon, Claude E y Weaver, Warren (1949) *Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press. Estados Unidos: Urbana.
24. Smith, Marc y Kollock, Peter (2003). *Las comunidades en el ciberespacio*. España: UOC.
25. Strom, Stephanie (2014). Artículo: *Presión de redes sociales genera cambios en la industria*. *The New York Times International Weekly*, Prensa Libre. Guatemala.
26. Vicente, Áxel (2014). Artículo: *Una década de amistad virtual*. Prensa Libre. Guatemala.
27. Yus, Francisco (2001). *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. España: Ariel.

## E-grafía

1. AFP (2010). Qué lindo es tener 10 años, dice Facebook al celebrar su primera década. Disponible en: <http://elperiodico.com.gt/es/20140204/hitech/242076/> Consultado el: 15 de febrero de 2014.
2. Aliaga, Limberg (2011). Frases de Mark Zuckerberg, creador de Facebook. Disponible en: <http://www.slideshare.net/limbald/frases-de-mark-zuckerberg-el-creador-de-facebook> Consultado el: 12 de mayo de 2013.
3. Anderson, Helena; Bylund, Markus; Olsson, Anders R.; Olsson, Olle; Seipel, Peter y Sjödin, Gunnar. Survey of Privacy and Information Technology. Disponible en: <https://bscw.sics.se/pub/bscw.cgi/d172149/Survey%20of%20Privacy%20and%20Information%20Technology.pdf>. Consultado el: 12 de mayo de 2013.
4. Basu, Salikat (2011). Managing Digital Information Overload – Is Technology The Cause & The Cure? (Manejando la sobrecarga de información – Es la tecnología la causa y la cura?) Disponible en: <http://www.makeuseof.com/tag/managing-digital-information-overload-technology-cure-opinion/> Consultado el: 19 de febrero de 2014
5. Berkun, Scott (2011). Does Information Overload Matter? (Importa la sobrecarga de comunicación) Disponible en: <http://scottberkun.com/2011/theory-on-information-overload/> Consultado el: 19 de febrero de 2014.

6. Borjas, María de las Mercedes (2008). Una mirada reflexiva hacia los medios de comunicación masiva e Internet. Disponible en: [http://www.educ.ar/recursos/ver?rec\\_id=91313](http://www.educ.ar/recursos/ver?rec_id=91313). Consultado el: 10 de mayo de 2013.
7. Cellan-Jones, Rory (2011). Hackers, hippies y el origen de las redes sociales. BBC Tecnología. Disponible en: [http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/01/110125\\_tecnologia\\_hackers\\_hippies\\_redes\\_sociales\\_az.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/01/110125_tecnologia_hackers_hippies_redes_sociales_az.shtml). Consultado el: 3 de mayo de 2013.
8. Bertolotti, Patricia (2009). Conceptos básicos comunicación digital: Internet como nuevo medio. Disponible en: <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/640702/La-comunicacion-digital-Internet-como-nuevo-medio.html>. Consultado el: 9 de mayo de 2013.
9. Cortizo, José Carlos (2010). Sobrecarga de información. Disponible en: <http://www.josek.net/2010/03/sobrecarga-de-informacion/> Consultado el: 20 de febrero de 2014.
10. Fernández Abascal, Gemma (2010). Redes sociales: Ventajas e inconvenientes. Disponible en: <http://suite101.net/article/redes-sociales-ventajas-e-inconvenientes-a33385>. Consultado el: 11 de mayo de 2013.
11. Fincher, David (director). 2010. The Social Network (La red social) [Película] Estados Unidos: Columbia Pictures Industries Inc.
12. Gómez Fernández, Diego. El proceso comunicativo: una revisión. Disponible en: [http://cvc.cervantes.es/literatura/cauce/pdf/cauce18-19/cauce18-19\\_47.pdf](http://cvc.cervantes.es/literatura/cauce/pdf/cauce18-19/cauce18-19_47.pdf). Consultado en: 8 de mayo de 2013.

13. Gómez, Viviana. Evolución cronológica de la Internet. Disponible en: <http://comunicacionyred.blogspot.com/2009/08/en-el-ano-1985-la-national-science.html>. Consultado el: 9 de mayo de 2013.
14. León, Andrés (2012). ¿Cuál es la función de las redes sociales? Disponible en: <http://www.concepto05.com/2012/02/cual-es-la-funcion-social-de-las-redes-sociales/>. Consultado el: 11 de mayo de 2013.
15. Luque Carrillo, Federico (2008). ¿Qué podemos hacer en una red social? Disponible en: [http://ciberespinal.net/webje08/que\\_podemos\\_hacer.pdf](http://ciberespinal.net/webje08/que_podemos_hacer.pdf). Consultado el: 12 de mayo de 2013.
16. Martín, Javier (2010). Intoxicación informativa. Disponible en: <http://loogic.com/intoxicacion-informativa/> Consultado el 18 de febrero de 2014.
17. Nickson, Chris (2009). Information overload (Sobrecarga de información) Disponible en: <http://lifeinthefastlane.com/information-overload/> Consultado el: 21 de febrero de 2014
18. \_\_\_\_\_ (2012). Revista Enter. Cómo inscribirse y usar Facebook: Instrucciones. Disponible en: <http://www.facebookcolombia.com/como-usar-facebook.php>. Consultado el: 9 de mayo de 2013.
19. Reyna, David (2013). Normas de estilo y recomendaciones para la comunicación digital. <http://prezi.com/c8buzlfza40n/normas-de-estilo-y-recomendaciones-para-la-comunicacion-digital/>. Consultado el: 7 de mayo de 2013.

20. Sotelo, Lucía (2013) Las tecnologías de la comunicación y la constitución de las sociedades semiurbanas. El problema del espacio, el tiempo y la organización social. Razón y palabra, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México Disponible en: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/M82/02\\_Sotelo\\_M82.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N82/M82/02_Sotelo_M82.pdf). Consultado el: 8 de mayo de 2013.
21. Negrette Rodríguez, Óscar Iván (2013). La importancia de la privacidad en nuestra vida cotidiana. Disponible en: <http://www.ired.unam.mx/2013/01/la-importancia-de-la-privacidad-en-nuestra-vida-cotidiana/>. Consultado el: 4 de mayo de 2013.
22. \_\_\_\_\_. Tema 1: Historia y evolución de Internet. Cursd'estiu Comutilitzar Internet ambconfiança i seguretat Universitat Pompeu Fabra. Disponible en: [http://www.upf.edu/estiu/\\_pdf/1421t1.pdf](http://www.upf.edu/estiu/_pdf/1421t1.pdf). Consultado el: 9 de mayo de 2013.
23. Triviño, Nicole (2011). Línea de tiempo de Facebook. Disponible en: <http://influenciafeisbukiana.blogspot.com/> Consultado el: 21 de febrero de 2014.

## Glosario

**Ciberbullying:** Es el uso de los medios telemáticos (Internet, telefonía móvil y videojuegos online principalmente) para ejercer el acoso psicológico entre iguales.  
(<http://www.ciberbullying.com/cyberbullying/que-es-el-ciberbullying/>)

**Ciberespacio:** Ámbito artificial creado por medios informáticos.  
(<http://buscon.rae.es/drae/srv/search?val=ciberespacio>)

**Comunicación:** **1.** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. **2.** Trato, correspondencia entre dos personas.  
(<http://buscon.rae.es/drae/srv/search?id=yImwzuvuYDXX2yBWBGGa>)

**Configuración:** Disposición de las partes que componen una cosa y le dan su peculiar figura.  
(<http://es.thefreedictionary.com/configuraci%C3%B3n>)

**Derecho:** **1.** Facultad humana de poder tener o exigir lo que la ley permite o establece. **2.** Conjunto de consecuencias naturales derivadas de los lazos afectivos o de la relación con otras personas.  
(<http://es.thefreedictionary.com/derecho>)

**Desacato:** **1.** Falta del debido respeto a los superiores. **2.** Irreverencia.  
(<http://buscon.rae.es/drae/srv/search?id=cP20DGIA4DXX2QOxs8jb>)

**Dirección IP:** Acrónimo para Internet Protocol. Es un número único e irrepetible con el cual se identifica una computadora conectada a una red.  
([http://web.users.net/ayuda/soluciones/dominios/que-es-una-direccion-ip\\_NTk.html](http://web.users.net/ayuda/soluciones/dominios/que-es-una-direccion-ip_NTk.html))

**Exposición:** 1. Explicación o presentación de algo que se quiere hacer conocer a otras personas. 2. Riesgo o peligro que existe en una acción.

(<http://es.thefreedictionary.com/exposici%C3%B3n>)

**Facebook:** Sitio web del tipo red social. Inicialmente era exclusivo para estudiantes universitarios pero en septiembre de 2006 se amplió a cualquier persona que tenga correo electrónico.

(<http://www.alegsa.com.ar/Dic/facebook.php>)

**Facebookeros:** Persona que usa Facebook como una forma de mantenerse conectado con amigos, familia y su comunidad.

(<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Facebookeros>)

**Incidencia:** 1. Influencia o efecto que tiene una cosa sobre otra. 2. Circunstancia o suceso secundarios que ocurre en el desarrollo de un asunto o negocio, pero que puede influir en el resultado final.

(<http://es.thefreedictionary.com/incidencia>)

**Información:** Es un conjunto de datos organizados acerca de algún suceso, hecho o fenómeno, que en su contexto tiene un significado determinado, cuyo fin es reducir la incertidumbre o incrementar el conocimiento sobre algo.

(<http://www.alegsa.com.ar/Definicion/de/informacion.php>)

**Internet:** Red mundial de comunicación compuesta por miles de redes telefónicas e informáticas que se encuentran conectadas entre sí para transmitir información.

(<http://es.thefreedictionary.com/internet>)

**Monografía:** Estudio detallado y profundo sobre un tema particular.

(<http://es.thefreedictionary.com/monografia>)



**Podcast:** **1.** Acrónimo de las palabras iPod y broadcast (transmisión). **2.** Término que originalmente hacía referencia a las transmisiones de audio y posteriormente se utiliza para referirse a emisiones multimedia, de video o audio.

(<http://www.podcast.es/about.php>)

**Privacidad:** **1.** Intimidad. **2.**Ámbito familiar o personal de la vida de alguien.

(<http://es.thefreedictionary.com/privacidad>)

**Red social:** En Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos.

(<http://aprenderinternet.about.com/od/RedesSociales/g/Que-Es-Una-Red-Social.htm>)

**Retroalimentación:** **1.** Retroacción. **2.** Método donde se revisan continuamente los elementos del proceso y sus resultados para realizar las modificaciones necesarias.

(<http://es.thefreedictionary.com/retroalimentacion>)

**Salvaguardar:** Defender o proteger a una persona o cosa.

(<http://es.thefreedictionary.com/salvaguardar>)

**Segmentar:** Dividir en trozos o partes.

(<http://es.thefreedictionary.com/segmentar>)

**Sitio web:** Sitio (localización) en la World Wide Web que contiene documentos (páginas web) organizados jerárquicamente. Cada documento (página web)

contiene texto y o gráficos que aparecen como información digital en la pantalla de un ordenador.

(<http://www.masadelante.com/faqs/sitio-web>)

**Sobrecomunicación:** Intercambio de información con una saturación de datos, muchos de los cuales son innecesarios o irrelevantes.

(Alejandra Rodas)

**Usuario:** Se aplica a la persona que usa habitualmente una cosa.

(<http://es.thefreedictionary.com/usuario>)