

GUÍA SOBRE LAS REDES SOCIALES

Edita: Ayuntamiento D'Alfas del Pi

Autora: Asunción Hernández

INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías, que han irrumpido como un torrente, más allá de aportar la más potente herramienta de comunicación conocida, están configurando una nueva forma de entender y organizar la sociedad, con las posibilidades y los riesgos que ello comporta.

Internet ¿supone un mundo lleno de posibilidades para los menores o una jungla de amenazas y peligros?. Es una pregunta que no admite respuesta en una sola dirección. Lo que ofrecen las nuevas tecnologías va mucho más allá de su función como herramientas transmisoras de información, formación y entretenimiento. Suponen una revolución social, con las ventajas y los inconvenientes que siempre han acompañado a estos fenómenos, pero tan acelerada e imparable como un tren pendiente abajo y sin frenos. Los más ágiles, los jóvenes, son los que están encontrando mayores facilidades para subirse al convoy desbocado, mientras que los adultos,

asustados y mareados por la velocidad, no acaban de ver el momento de dar el salto, y la cuestión se complica aun mas si hablamos de las denominadas **redes sociales**.

Las redes sociales en Internet son un fenómeno socioeconómico emergente, que atrae a 41,7 millones de usuarios habituales en Europa. La utilización de redes sociales aumentó un 35% durante el año pasado en Europa y se espera que se incremente en más del doble, hasta alcanzar los 107,4 millones de usuarios, de aquí a 2012. Pero este medio de **“sociabilización digital”** conlleva riesgos a veces imperceptibles. ¿Qué ocurre con el derecho a la intimidad y a la propia imagen de los menores en estas redes? ¿Qué ocurre con la protección de datos personales?, preguntas que podríamos ampliar a otros medios de difusión, como las publicaciones periodísticas digitales, la televisión interactiva, las grabaciones a través del móvil, ect.

El contenido de la presente guía se va a dividir en tres partes:

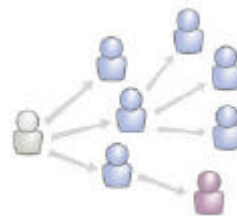
- 1. Concepto y tipos de redes sociales**
- 2. Riesgos de las redes sociales:**
 - a. Protección de la propia imagen**
 - b. Protección de los datos personales**
- 3. Recomendaciones a los usuarios**

CONCEPTO Y TIPOS DE REDES SOCIALES

1- ¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES?

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

El modelo de crecimiento de estas plataformas se basa fundamentalmente en un *proceso exponencial*, en el que un número inicial de participantes, mediante el



envío de invitaciones a través de correos a sus conocidos, ofrece la posibilidad de unirse al sitio web.

2- ¿QUÉ TIPOS DE REDES SOCIALES EXISTEN?

Las redes sociales se pueden clasificar atendiendo al público objetivo al que se dirigen, o al tipo de contenido que albergan. De esta forma, se distinguen al menos, dos grandes grupos de redes sociales: las generalistas o de ocio y las profesionales.

A) Redes Sociales generalistas o de ocio

Su objetivo principal es facilitar y potenciar las relaciones personales entre los usuarios que la componen. Ofrecen gran variedad de aplicaciones y/o funcionalidades que permiten a los usuarios prescindir de herramientas de comunicación externas, poniendo a su disposición una plataforma que integra todas las aplicaciones necesarias en una misma pantalla y así poder convocar y organizar aspectos de su vida cotidiana

Estas redes a su vez se pueden dividir en varios subgrupos:

- *Plataformas de intercambio de contenidos e información:* Servicios como Youtube, Dalealplay.com, Google Vídeo, etc., que se caracterizan principalmente por la puesta a disposición de los usuarios de herramientas gratuitas y sencillas para el intercambio y la publicación de contenidos digitales (vídeos, fotos, textos, etc.).
- *Redes sociales basadas en perfiles:* Redes como Facebook, Tuenti, Wamba, Orkut, etc. Este tipo de servicio es el más utilizado en Internet por encima de cualquier otro tipo de red social y es además el más representativo dentro del grupo de redes sociales de ocio.
- *Redes de microblogging o nanoblogging:* Plataformas como Twitter o Yammer. Este tipo de redes basan su servicio en la actualización constante de los perfiles de los usuarios mediante pequeños mensajes de texto, que no superan los 160 caracteres. Esto permite poner a disposición del resto de usuarios información clara, concisa, sencilla y rápida, sobre las actividades que se están realizando

en ese momento, impresiones, pensamientos, publicaciones, etc.

B) Redes Sociales de contenido profesional

Se configuran como nuevas herramientas de ayuda para establecer contactos profesionales con otros usuarios. Entre ellas se encuentran webs como Xing o LinkedIn.

RIESGOS DE LAS REDES SOCIALES

La notoriedad de estos espacios sociales online no queda exenta de riesgos o posibles ataques malintencionados y pueden generarse situaciones que amenacen la integridad de los derechos al honor, intimidad personal y familiar y propia imagen del usuario, así como los derechos de terceros.

Los usuarios exponen no sólo sus datos de contacto, sino también sus vivencias, gustos, ideología, fotos y

experiencias, lo que conlleva que el número de datos de carácter personal puestos a disposición del público es superior de lo que los usuarios prevén.

1- ¿EN QUE MOMENTOS SE PUEDEN DAR SITUACIONES QUE DAÑEN LA INTEGRIDAD DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS?

A) En el momento **del registro del usuario y la configuración del perfil**, dado que es la fase en la que el usuario debe valorar qué información personal desea publicar, así como configurar el grado de publicidad con el que contará dicha información. Una correcta configuración del perfil de privacidad del usuario es fundamental. La no configuración o la configuración incorrecta de este aspecto puede afectar no sólo a los contenidos propios que hubiera publicado el usuario, sino también al resto de los usuarios con los que hubiera publicado información compartida.

B) Durante el **uso habitual de la plataforma**. Dependerá del tipo de actividades que los usuarios lleven a cabo. El control de la información publicada

en una red social es limitado, en la medida en que cualquier persona o contacto de la red puede publicar fotografías, vídeos y comentarios en los que aparecen imágenes o etiquetas con el nombre de otro usuario o que afecte a terceros que no han dado su consentimiento. Además, las redes sociales permiten a los motores de búsqueda de Internet indexar en sus búsquedas los perfiles de los usuarios, junto con información de contacto y de perfiles amigos, y ubicación geográfica, lo que puede suponer otro riesgo para la protección de la privacidad.

C) En el momento en que **el usuario solicite la baja del servicio**. Esto ocurre porque a pesar de la cancelación de la cuenta, en ocasiones, la información íntima del usuario pueda continuar publicada y ser accesible desde los perfiles de otros usuarios, además de indexada y almacenada en la caché de los distintos buscadores existentes en Internet.

2- LA PROTECCIÓN DE LA PROPIA IMAGEN

2.1-¿En que consiste este derecho?

El derecho a la propia imagen atribuye al individuo la capacidad de ejercer un control sobre la captación, grabación, uso y difusión de su imagen entendida como representación gráfica de la figura humana, y también de su voz. Es decir, el usuario de las redes sociales tiene la facultad de consentir o no:

- sobre la captación o difusión de imágenes que reproduzcan su figura humana, o su voz
- sobre la información que éstas revelan relacionadas con las intromisiones en la vida privada.

2.2- ¿Qué normativa lo regula? ¿Qué ocurre cuando son menores?

El derecho a la intimidad personal y a la propia imagen esta recogido en normas internacionales y nacionales. Podemos mencionar:

- El artículo 18.1 de la Constitución Española.

- El artículo 3 de la Ley Orgánica 1/1982 de *Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen*, que regula de manera expresa la forma en que se debe prestar el consentimiento de los menores e incapaces para que sea adecuado en relación con la protección de los derechos al honor, intimidad y propia imagen. En este sentido, se dispone que, el consentimiento de los menores e incapaces deberá prestarse por ellos mismos si sus condiciones de madurez lo permiten, de acuerdo con la legislación civil y, si no, lo prestara su representante legal o el ministerio fiscal.
- El artículo 4 de la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de *Protección Jurídica del Menor*, que establece la intervención del Ministerio Fiscal, en los casos de difusión de información o la utilización de imágenes o nombre de los menores en los medios de comunicación que puedan implicar una intromisión ilegítima en su intimidad, honra o reputación, o que sea contraria a sus intereses.

2.3- ¿Cuál es la realidad actual con respecto a los jóvenes menores de edad? ¿Qué medidas se han adoptado?

En el ámbito de las redes sociales, los menores de 14 años cuentan con medios tecnológicos suficientes para obtener, captar y reproducir información que afecta a su honor, intimidad e imagen y la de terceros. Las fotografías de menores proliferan en Internet en espacios propios, en páginas familiares e incluso vinculadas a actividades escolares.

En este sentido, cabe destacar que las redes sociales y los sitios web colaborativos, no tienen capacidad de control sobre las publicaciones que realizan los menores que son usuarios, ni disponen de herramientas que garanticen la identidad plena de los usuarios en general que se conectan.

La Comisión Europea, consciente de los problemas creados a consecuencia del uso incontrolado de estas redes sociales, ha propiciado un acuerdo suscrito por diecisiete de

las principales redes sociales europeas (Dailymotion, Facebook, Google/YouTube, Microsoft Europa, MySpace, Yahoo! Europa, Netlog, Arto, Bebo, Giovani.it, Hyves, Nasza-klaza.pl, uno, Skyrock, StudiVZ, Habbo Hotel y zap.lu) para incrementar la seguridad de los menores, mejorando la protección y limitando los riesgos de un uso inapropiado: acoso, requerimientos sexuales por parte de adultos o divulgación (a menudo inconsciente) de información personal.

Algunas de las medidas a las que se han comprometido son:

- a) tratar de impedir el acceso de usuarios demasiado jóvenes para utilizar sus servicios.
- b) colocar en el sitio un Informe de abuso o sistema de denuncia, accesible y fácil de usar para el usuario.
- c) hacer claramente visibles las opciones de elegir entre diferentes grados de protección de la intimidad en cuanto a los accesos a los perfiles, y

d) dar de alta los perfiles de los menores automáticamente en modo privado, de forma que sean accesible sólo a los 'amigos' e inaccesibles desde los buscadores.

3- LA PROTECCIÓN DE LOS DATOS PERSONALES

3.1- ¿Qué se entiende por datos personales?

Un dato de carácter personal es *cualquier información concerniente a personas físicas identificadas o identificables*. Entre los datos personales que en el contexto de las redes sociales pueden llegar a identificar a las personas, se encuentran los datos de contacto, las preferencias, los hábitos del usuario y la dirección IP.

Existe la posibilidad de que los usuarios publiquen también datos respecto de terceros, lo que puede conllevar el tratamiento y la cesión pública de datos de personas que no han prestado el consentimiento para ello. La AEPD ha sancionado la captación y publicación de imágenes de terceros

en plataformas colaborativas sin consentimiento de las personas afectadas.

3.2- ¿Cuál es la normativa aplicable.

Existe tanto normativa internacional como nacional que regula esta materia. Podemos destacar la siguiente:

- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD)
- Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica de Protección de Datos (RDLOPD).
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (LSSI-CE).
- Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.
- Ley 25/2007, de 18 de octubre, de Conservación de Datos relativos a las Comunicaciones Electrónicas y a las Redes Públicas de Comunicaciones.
- Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información.

3.3- ¿Qué medidas se han adoptado cuando se trata de usuarios menores de edad?

El nuevo reglamento del 2007 establece que para recabar los datos de cualquier menor de 14 años:

- es necesario contar con el consentimiento de los padres o tutores.
- debe utilizarse un lenguaje sencillo y fácilmente comprensible para el menor, y
- no se podrá obtener a partir de ellos información respecto a sus familiares y allegados.

La Agencia Española de Protección de datos, atendiendo a la demanda de cumplimiento de la Ley de Protección de Datos ha auspiciado un acuerdo con los responsables de la web Tuenti, consistente en:

- Depurar las cuentas existentes en su red cuyos titulares sean menores de 14 años en un plazo de tres meses
- Adoptar las medidas necesarias para verificar la edad de sus usuarios

- Y a eliminar todos los datos y fotografías de un usuario cuando éste se de de baja

RECOMENDACIONES A LOS USUARIOS

Todos los usuarios de servicios de redes sociales deben tener en cuenta que son ellos mismos quiénes tienen el control respecto a la información y datos personales que desean publicar, por lo que el nivel de responsabilidad respecto de la publicación excesiva de información y datos puede implicar riesgos para su intimidad.

En este sentido, se recomienda a los usuarios:

- Disponer de un perfil registrado en el que no se publique información excesiva respecto a su vida personal y familiar.
- Registrarse solo en redes sociales que permitan la posibilidad de retirar o bloquear el contenido.

- Revisar y leer las condiciones generales de uso y la política de privacidad que la plataforma pone a su disposición en sus sitios web.
- Configurar adecuadamente el grado de privacidad del perfil de usuario en la red social
- Recurrir al uso de seudónimos o nicks personales con los que operar a través de Internet disponiendo de una auténtica “identidad digital”.
- Cuando se publican contenidos audiovisuales y gráficos en los perfiles, pueden estar poniendo en riesgo la privacidad e intimidad de personas de su entorno, por ello es necesario notificar previamente a ese tercero para que lo autorice o, en su caso, filtre los contenidos que desea publicar y los que no.
- Aceptar como contacto únicamente a aquellas personas conocidas o con las que mantiene alguna relación previa.

- No deben comunicarse a terceros los nombres de usuario y contraseña, ni compartirlos entre amigos o compañeros de clase.
- Si se detectan contenidos no autorizados o que pudieran ser dañinos para un tercero, se deberán poner en conocimiento del responsable de la red social, para que éste proceda a su retirada o bloqueo de forma inmediata.