



**Universidad**  
Zaragoza

## **LAS REDES SOCIALES Y USO QUE HACEN DE ELLAS LOS ADOLESCENTES**

Facultad de Educación

Máster Universitario en Profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional y Enseñanzas de Idiomas, Artísticas y Deportivas, Especialidad de Orientación Educativa

Modalidad B. Curso 2014/2015

### **TRABAJO FIN DE MÁSTER**

Línea de Investigación: “Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicadas a la Orientación”

Presentado por: **Sheila Morán Zamora**

Dirigido por: **Concepción Bueno García**

Departamento de Ciencias de la Educación

# ÍNDICE

1. RESUMEN.....	3
2. INTRODUCCIÓN .....	4
3. EL PROBLEMA .....	6
3.1. Planteamiento del Problema .....	6
3.2. Formulación del Problema.....	7
3.3. Objetivos .....	9
3.4. Justificación de la Investigación .....	9
4. MARCO TEÓRICO.....	11
4.1. Las Redes Sociales.....	11
4.1.1. Definición.....	11
4.1.2. Tipos y funcionamiento.....	11
4.1.3. Servicios que ofrecen .....	12
4.1.4. Configuración del perfil .....	13
4.1.5. Privacidad.....	14
4.1.6. Términos y condiciones .....	15
4.1.7. Registro de menores .....	16
4.2. Uso de las Redes Sociales.....	17
4.2.1. Población en general .....	17
4.2.2. Adolescentes 14-16 años.....	17
4.2.3. Riesgos existentes .....	19
4.2.3.1. Información personal .....	20
5. DISEÑO METODOLÓGICO .....	22
5.1. Nivel de investigación .....	22
5.2. Justificación de la metodología.....	22
5.3. Diseño de investigación .....	23
5.4. Población y muestra.....	24
5.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	24
6. ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	26
7. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
8. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN DESDE LA ACCIÓN TUTORIAL .....	40
9. REFERENCIAS DOCUMENTALES .....	42
10. ANEXOS .....	44
10.1. ANEXO 1: Declaración de derechos y responsabilidades: Red Social Facebook .....	44
10.2. ANEXO 2: Cuestionario al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria... .....	56

## 1. RESUMEN

---

Hoy en día las redes sociales se han convertido en un fenómeno con un gran atractivo para los jóvenes porque son un espacio virtual con diversos recursos que cubren sus necesidades psicológicas básicas, aunque a su vez, conllevan diferentes riesgos. Por ello, esta iniciación a la investigación trata de ilustrar y aportar datos sobre el acceso, uso, equipamiento, hábitos y motivaciones de los adolescentes españoles, de edades comprendidas entre 14 y 16 años, hacia las redes sociales. A su vez, se presta especial atención a la divulgación de datos de carácter personal y privado que muestran en las mismas, así como a las consecuencias que ello conlleva. Finalmente, se plantea una propuesta de intervención por parte del orientador para acercar a los adolescentes al conocimiento de las diferentes redes sociales, prevenirles sobre el mal uso e intentar que tomen conciencia sobre la repercusión de sus actos y la privacidad en las mismas.

**Palabras clave:** redes sociales, adolescentes, uso, motivaciones, riesgos, privacidad, protección de datos.

## 2. INTRODUCCIÓN

---

El panorama actual de nuestra sociedad se caracteriza por múltiples fenómenos entre los que hay que destacar la introducción y desarrollo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), los avances tecnológicos y los descubrimientos sucedidos en el campo de la informática y la telecomunicación, teniendo como principales motores en nuestra sociedad, la información y el conocimiento.

Por tanto, estos diferentes fenómenos producidos por el progreso de las tecnologías se interrelacionan y dan lugar a una revolución científico-tecnológica, la cual está definida por la aparición y fuerte desarrollo de nuevas herramientas e instrumentos que, rápidamente, impactaron en la sociedad actual acarreando modificaciones, transformaciones y repercusiones en la totalidad de ámbitos y sectores. No obstante, se ha consolidado un nuevo tipo de sociedad donde todos los cambios se convierten en rasgos característicos del momento actual, lo que exige a las personas su adaptación casi inmediata. En consecuencia, es necesario adoptar una actitud abierta y crítica al respecto que permita afrontar con éxito el impacto provocado y originado por estas herramientas, analizar críticamente los aspectos negativos, así como utilizar responsablemente estos instrumentos (Sobrado y Ceinos, 2011).

Por consiguiente, en el momento actual podemos decir que la información es abundante y de fácil acceso y, además, ofrece numerosas posibilidades que pueden llegar a ser problemáticas ya que lo primordial no es la cantidad de información disponible, sino el conocimiento que las personas elaboren a partir de la misma. Tal como señalaban Sobrado y Ceinos (2011), la información otorga poder y conocimiento, y este conocimiento se convierte en un aspecto muy significativo para el progreso económico y social, para los procesos de producción, para el bienestar de las personas, para el desarrollo personal y profesional de los sujetos y para afrontar las nuevas situaciones y circunstancias que se nos presentan día a día.

Asimismo, Internet ha revolucionado el mundo de las comunicaciones, el entretenimiento, las compras, el trabajo y otros muchos ámbitos que favorecen el aumento de la calidad de vida de las personas. Entre los últimos desarrollos de Internet,

podemos encontrar las llamadas redes sociales las cuales se convierten en una plataforma virtual en la que los adolescentes y los adultos, aunque en menor medida, muestran una gran motivación e interés. Esta motivación viene dada porque las redes sociales tienen como objetivo la creación de un espacio en el que las personas registradas puedan comunicarse, compartir opiniones, emociones o experiencias y, en suma, interactuar. Por tanto, se convierten en la plataforma virtual más utilizada por los jóvenes siendo usuarios preferentes en las mismas (Echeburúa y Requesens, 2012).

Corroblando lo anterior, “Online Business School en su Estudio Social Media 2015”, en el que analiza las tendencias de uso y participación en redes sociales tanto en España como en las principales economías mundiales, presenta los siguientes resultados:

España cuenta con una población online de 23 millones de personas, de los cuales el 73% de esta población (17 millones de usuarios) utiliza activamente las redes sociales mensualmente en 2014, y únicamente el 8% dice no tener cuenta en ninguna red. Igualmente señala que las tres redes más usadas en 2014 por los internautas españoles son Facebook (88%), Google+ (59%) y Twitter (56%). Así, Facebook como tiene un gran reto a enfrentar en términos de participación juvenil, se ha asegurado el mantenerse relevante para esta audiencia a través de sus adquisiciones, Whatsapp e Instagram. (Purita, 2015, p.20-21).

Así, los jóvenes pasan gran parte del día conectados a Internet ya que a través de los diferentes recursos o medios tecnológicos que incluyen las redes sociales, se está favoreciendo la sociabilidad, la autoexpresión, la creatividad y la participación en la comunidad. Igualmente, permiten la conexión con amigos, entablar nuevas relaciones, tener contacto con antiguos compañeros del colegio y conocer hasta cierto punto la intimidad de las personas por los datos personales que se muestran en la red (Echeburúa y Requesens, 2012). Por lo tanto, las redes sociales cubren las necesidades psicológicas básicas de los adolescentes (hacerse visibles, reafirmar la identidad ante el grupo, divertirse o estar conectados) y esto nos revela que están continuamente conectados a la red pero que no están exentos de ciertos riesgos (relaciones superficiales, identidad distorsionada, agresividad verbal, creación de un mundo imaginario, etcétera).

### **3. EL PROBLEMA**

---

#### **3.1. Planteamiento del Problema**

Las redes sociales no son en sí ni buenas ni malas, sino que constituyen un espacio de libre acceso donde entra todo tipo de gente. Aunque hay que destacar que las motivaciones para recurrir a las redes sociales en jóvenes y adolescentes son más amplias que en el caso de los adultos; ya que hay una mayor pluralidad de intereses (entre otros, ligar, escuchar música o participar en grupos) y suele tener más relevancia ampliar la red social que reforzar la actual. Por ejemplo, Facebook tiene muchas cosas que recuerdan al colegio: la importancia de ser aceptado por el grupo, la compulsión por airear los gustos musicales o cinematográficos y la necesidad de mostrarse gracioso u ocurrente, así como la exhibición constante de quienes son los amigos de uno y, sobre todo, de cuantos tiene (Echeburúa y Requesens, 2012).

Por lo tanto, señalar que uno de los atractivos más importante por parte de los jóvenes en las redes sociales es compartir fotografías y vídeos. El hecho de publicar fotografías o vídeos en su perfil online o compartirlos con sus amistades habituales, es una acción de socialización que ayuda a la formación de su identidad. La creación de perfiles en las redes y la construcción de relaciones afectivas son modos de manifestar su propia identidad, es decir, de forjar su autoconcepto y de fortalecer su autoestima. También, otro aspecto interesante a destacar son los chats puesto que la relación que mantienen los adolescentes en los mismos es fluida y les genera menor ansiedad que en la vida real. Así, les facilitan la superación de la vergüenza, la timidez o el miedo al ridículo.

De este modo, en este nuevo espacio virtual, las redes sociales, los adolescentes comparten información privada no solo con sus iguales sino con todos sus contactos de la red. Cuentan información acerca de sí mismos, sus ideologías y sus sentimientos, sus rutinas diarias, e incluso, evalúan los comentarios que hacen los demás de esas informaciones. Consecuentemente, comparten confidencias que son más fáciles de expresar a través de una pantalla que en persona ya que la ausencia de una imagen física hace que los jóvenes hablen de ellos mismos sin ninguna preocupación ni consideración. Asimismo, las redes sociales ofrecen a los jóvenes cierta autonomía, y a la vez, la sensación de que no existe ningún tipo de prohibición. Ciertamente lo consideran como un lugar en el que son independientes totalmente y en el que

construyen nuevas relaciones con otros, ya sean o no conocidos, tratando además aspectos que en otro medio no afrontarían.

Como hemos nombrado anteriormente, las redes sociales ofrecen a los jóvenes diferentes espacios online con la finalidad de compartir información, pero el abuso de las mismas puede generar conductas no saludables como el sedentarismo y el aislamiento social. Igualmente presentan una serie de riesgos tales como la adicción, el acceso a contenidos inapropiados, el ciberacoso entre iguales, el acoso sexual o la pérdida de intimidad.

### **3.2. Formulación del Problema**

Las redes sociales se han convertido en un fenómeno actual a la vez que muy esencial en nuestras vidas puesto que son lugares de interacción en los que se difunde cierta información privada tanto a nivel profesional como personal.

Por tanto, en este escenario de las redes sociales, la privacidad ocupa una posición fundamental puesto que los jóvenes comparten y exponen su privacidad libremente sin ser conscientes de que de todo van dejando rastro. Los adolescentes muestran una percepción intensa sobre la necesidad de que se respete su privacidad, pero lo que ocurre, es que comparten cada vez más datos personales con más personas.

Quizá con cierta ingenuidad, los menores consideran que su información no saldrá de su cuenta de la red social a la que pertenecen o de la de sus contactos, pero lo cierto es que una vez que dicha información se vuelca en la red es casi imposible cancelarla, precisamente por la propia naturaleza de las redes sociales, que se basan en la creación de marañas inmensas de relaciones que alcanzan directa o indirectamente a miles de personas. (Piñar, 2011, p.69-70).

Por ello, para evitar el riesgo de que los datos personales sean usados para malos fines en España tenemos la normativa de protección de datos de carácter personal, regulada mediante Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD) y su reglamento de desarrollo, Real Decreto 1720/2007 de 21 de diciembre. Esta legislación trata de minimizar el riesgo y proteger al usuario de los abusos que podrían cometerse con sus datos. Entre otras cosas, la LOPD establece tres niveles de seguridad para los datos:

- Nivel Básico:

-Datos personales, sin ninguna consideración específica.

- Nivel Intermedio:

-Datos relativos a infracciones penales o administrativas.

-Datos de carácter personal que permitan realizar una evaluación de la personalidad de un individuo.

- Nivel Alto:

-Datos relacionados con la ideología, religión, raza y vida sexual.

-Datos recabados con fines policiales pero sin consentimiento previo.

-Datos derivados de actos de violencia de género.

La importancia del cumplimiento de la normativa en las redes sociales es esencial para su correcto funcionamiento y la protección de datos de sus miembros.

Las redes sociales más utilizadas en España se encuentran ubicadas fuera del territorio de España y de la Unión Europea y, por eso, no es posible llevar a cabo un control y seguimiento de su actuación. Al estar ubicadas fuera del territorio europeo, resulta enormemente complejo, actuar contra esas redes sociales. Es sin duda un tema complicado y la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) en más de una ocasión ha debido archivar actuaciones en relación con tratamientos de datos llevados a cabo fuera de España (sin perjuicio de poder llegar a acuerdos puntuales como ha hecho la AEPD con Facebook al objeto de que ésta no admita menores de 14 años como usuarios). No se desvela ningún secreto si se afirma que Tuenti es una de las redes que más respeta el derecho a la privacidad ya que está sometida a la Ley Orgánica de Protección de Datos. (Piñar, 2011, p.75).

Así, los jóvenes en las redes sociales ponen a la vista de todo el mundo informaciones de carácter privado sin tener en cuenta lo que esto supone. Por tanto, es preciso sensibilizarles y hacerles ver la realidad para que el uso que hagan de las redes sociales sea seguro. Por ello, la relación existente entre las redes sociales y la privacidad de información en las mismas por parte de los adolescentes es objeto de estudio del siguiente trabajo.

### **3.3. Objetivos**

El objetivo general de este trabajo es conocer el uso que hacen los adolescentes de edades comprendidas entre 14 y 16 años de las redes sociales prestando especial atención a la importancia de la divulgación de datos de carácter personal y privado que muestran en las mismas.

Los objetivos específicos que se plantean son los siguientes:

- Identificar qué tipo de redes sociales utilizan.
- Analizar qué conocimiento tienen de lo que supone estar inscrito en una red social.
- Averiguar el uso diario en las redes sociales que estén registrados.
- Describir para qué y por qué usan las redes sociales.
- Examinar sus experiencias cotidianas positivas o negativas con las redes sociales.
- Descubrir las actitudes que toman en relación a situaciones que les ocurren en la red social que estén inscritos.
- Conocer qué tipo de personas tienen agregadas y qué relación mantienen con las mismas en la red.
- Averiguar si las redes sociales les ayudan a relacionarse mejor o no con los demás.
- Conocer, en referencia a su perfil en una red social, la información de carácter personal y privada que publican.
- Estudiar si son o no conscientes de la importancia de la divulgación de datos personales en las redes sociales.

### **3.4. Justificación de la Investigación**

Prácticamente, cada día podemos observar y escuchar en los medios de comunicación algunas noticias sobre casos de ciberacoso como el siguiente: Insultos y calificativos denigrantes en las redes sociales es lo que ha tenido que soportar una menor cuya imagen se propagó por las redes sociales rápidamente en un fin de semana. Un compañero del mismo instituto creó una cuenta en Instagram solo para burlarse de la joven a través de la red. Por suerte, muchos compañeros del instituto donde estudia la joven, lo han denunciado a la policía también a través de la red (Peraza y Ambrosoli, 2015).

Con esta noticia podemos ver lo esencial que es conocer desde un centro educativo de secundaria el uso que los estudiantes hacen de las redes sociales, entendiendo como primordial, conocer el acceso, consumo y uso que hacen cuando interaccionan en las mismas. A su vez, es preciso que los profesores les enseñen a sus alumnos los límites establecidos y fundamentales en una red social, así como el respeto que deben tener tanto al centro como a sus compañeros y profesores. Además, deben advertirles de la importancia de publicar información de carácter personal en las redes sociales ya que esa información puede ser utilizada para otros fines sin su consentimiento.

Por otro lado, desde el punto de vista familiar, este estudio es útil y necesario ya que los padres tienen cierta preocupación por lo que hacen sus hijos en las redes sociales:

Los hijos son “nativos digitales” y los padres no. Ha nacido una nueva responsabilidad para los progenitores: el control de las redes sociales. Hay padres que no conocen estas nuevas formas de comunicación y como tal no ejercen control sobre sus hijos en un entorno público en el que quedan a merced de los demás. (Urra, 2015, p.172).

Asimismo, se pretende con este estudio conocer qué es lo que les empuja a los adolescentes a publicar datos personales en las redes sociales. Las publicaciones no deben ser informaciones dañinas ni personales sino adecuadas y coherentes. Los jóvenes tienen que ser sabedores de que esta información puede ser vista por todos los usuarios de la red y, por ello, deben ser cuidadosos y utilizar las opciones de privacidad ofrecidas por las diferentes redes para obtener una mayor seguridad en la red.

Por lo tanto, el departamento de orientación de un centro educativo necesita conocer cuál es el uso que los adolescentes hacen de las redes sociales. A partir de aquí, es necesario que el orientador disponga de varios programas y estrategias para intervenir tanto con los padres como con los profesores y, por supuesto, con los adolescentes, dándoles las pautas adecuadas para que utilicen de forma segura y apropiada las redes sociales.

## 4. MARCO TEÓRICO

---

### 4.1. Las Redes Sociales

#### 4.1.1. Definición

Las redes sociales son espacios web que brindan diversos servicios y funcionalidades de comunicación permitiendo a sus usuarios permanecer en contacto y compartir todo tipo de datos. Podemos definirlas como:

Sitios web que ofrecen la posibilidad de organizar tu agenda de contactos personales, tu correo electrónico, la mensajería instantánea y, además, te proporcionan espacio para colgar tus imágenes, tu música, tus vídeos, herramientas para gestionar tus grupos de discusión e incluso para crear tu propio blog... En fin, todo lo que necesitas para relacionarte a través de tu ordenador, tablets, móviles, etc. (Peña, 2012, p.19).

Señalar que en el 2008 las redes sociales se crearon como estructuras en las que se involucraban a un conjunto de personas relacionadas a partir de afinidades, similitudes a nivel profesional, amistad y parentesco. Se puede decir que entraron en Internet como plataformas virtuales comunes en las que se construían grupos dinámicos de interacción social entre personas, grupos e instituciones, facilitando el desarrollo de comunicaciones constantes, así como un acceso rápido en el contacto con personas desconocidas. Además, como ofrecen un sistema abierto a nuevas incorporaciones y en construcción permanente, han llegado a convertirse en uno de los elementos más difundidos de Internet y en uno de los instrumentos más valiosos de comunicación en la web 2.0.

#### 4.1.2. Tipos y funcionamiento

En la actualidad, las redes sociales tienen un papel protagonista porque garantizan un contacto instantáneo, ilimitado y a tiempo real. A su vez, son utilizadas por las diferentes empresas y organizaciones porque son una buena oportunidad publicitaria ya que permiten un acceso fácil, rápido y un contacto cercano entre la marca y su público. Existen varias clases de redes sociales que Fernández (2011) las define en función de varios criterios. Según la población y el contenido, existen redes sociales horizontales como Facebook y Twitter (accede quién lo desee y ofrecen una herramienta de interacción a nivel general) y las verticales como LinkedIn (acuden aquellas personas debido a un interés en común). Según el sujeto, tenemos redes sociales humanas como

Tuenti (promueven la interacción entre individuos de acuerdo a sus gustos, intereses y actividades) y de contenidos como Bebo (permite compartir fotografías, enlaces, vídeos y aficiones, así como conectar con amigos, familiares y nuevas amistades). Y, según la localización geográfica, hay redes sociales sedentarias como Blogger (servicio que permite la creación y publicación de un blog donde de manera diaria se publican artículos, ideas propias, textos...) y las nómadas como Fire Eagle (permite almacenar información sobre la localización de cada usuario y mantener siempre el control, decidiendo con qué sitios compartir la información y cuánto detalle suministrar de la misma).

Una vez establecidos los tipos de redes sociales existentes, es necesario conocer cómo funcionan. Para que los usuarios puedan ingresar en una red social, únicamente tienen que realizar un simple proceso de alta como en Facebook o Twitter, o en otros casos, a través de una invitación previa de un miembro de la red, como en Tuenti. Así, para pertenecer a la red social hay que registrarse y proporcionar unos datos personales que formarán parte del perfil formado. No obstante, es necesario distinguir entre dos conceptos diferentes, la configuración del perfil y la privacidad de los contenidos en la red. Cuando una persona se registra en una red social debe saber que cada red presenta diferentes opciones para configurar la privacidad del perfil en el que se publica cierta información personal. Así, cada usuario debe elegir qué tipo de privacidad quiere para su perfil. Por otro lado, algunas redes también permiten privatizar de manera individual los contenidos publicados en la red. En el caso de Facebook, podemos configurar nuestro perfil de diferentes maneras, aunque el modo privado sería el más apropiado para que solamente los contactos agregados puedan acceder a la información personal que es publicada. Igualmente, a cada contenido (fotografías, vídeos, comentarios...) se le puede configurar la privacidad que cada usuario considere más adecuada: visto por todos (todo el mundo puede visualizar la información), amigos de amigos (la información será vista por tus amigos y por los amigos de tus amigos), sólo mis amigos (la información solamente será vista por los amigos) o personalizada (se puede elegir quién puede ver este tipo de información).

#### **4.1.3. Servicios que ofrecen**

Cada red social ofrece unos servicios diferentes, pero a continuación, podemos destacar unos servicios comunes:

- Muro: es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes e imágenes para que el usuario los vea.
- Lista de amigos: en ella, el usuario puede agregar a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación.
- Chat: servicio de mensajería instantánea con el que se puede conversar en tiempo real con los usuarios conectados en el momento.
- Grupos y páginas: se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotografías, vídeos, mensajes, etc. Y, las páginas, se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos.
- Imágenes y vídeos: cada una de las redes sociales nos ofrece diferente almacenaje.
- Aplicaciones: hay aplicaciones para entretenimiento, negocios, formación etc. pueden ser gratuitas o de pago.
- Intercambio de archivos: permiten compartir e intercambiar los contenidos que decidas.
- Publicidad: normalmente es un servicio de pago. Es una alternativa muy usada por empresas, ya que las redes sociales constituyen un sector muy importante.

#### **4.1.4. Configuración del perfil**

La visibilidad de un perfil varía según el sitio web y la discreción del usuario puesto que cada miembro decide con quién quiere compartir su perfil y/o sus contenidos. De esta manera, Gallego (2014) indica que es posible configurar el nivel de seguridad de los contenidos, de forma que cada usuario permite el acceso a su perfil de las personas que quiere, con independencia de los grupos a los que pertenezcan. También, señala que cada red social establece sus propias normas y, en general, fija estas modalidades:

- Acceso público: todos los usuarios de la red pueden acceder a los contenidos.
- Acceso solo a amigos: solo se permite acceder a los usuarios definidos previamente como amigos.
- Acceso a amigos excepto conocidos: se permiten acceder a los amigos pero no a los amigos de estos (conocidos).
- Acceso privado: el contenido es privado y solo el propietario del perfil puede acceder a él.

En el caso de los adolescentes, es conveniente hacerles comprender que las redes sociales son plataformas públicas que tienen distintas opciones para configurar el perfil. Sin embargo, aunque configuremos el perfil en modo privado y solo consigan visualizar los contenidos del mismo los usuarios que tenemos agregados, es conveniente mostrar fotografías y vídeos adecuados y nunca utilizarlo para ofender a nadie. Por eso, es necesario ser prudente con el contenido y la cantidad de información que se exhibe en las redes sociales y habilitar el acceso, en la medida de lo posible, sólo a los usuarios que se consideran contactos o amigos, pues otras personas podrían usar la información para dañar o perjudicar.

#### **4.1.5. Privacidad**

En las redes sociales existe una preocupación frecuente acerca de la privacidad y, por eso, es fundamental entender la privacidad como:

El nivel de protección de todos los datos e informaciones que una persona introduce en una red social, así como el grado de accesibilidad a esos datos que otros usuarios o internautas pueden tener. Por lo tanto, la mayoría de comunidades sociales y plataformas 2.0 ofrecen distintas opciones relativas a esta función, mediante las cuales puede configurarse la privacidad general de la cuenta. (Cadena y Romero, 2012, “Sección de Problemas de privacidad”, párr.1).

Asimismo, cada usuario va a decidir qué información quiere compartir con el resto de usuarios de la red social y además, tendrá la posibilidad de modificar estos parámetros de seguridad en cualquier momento. Por ejemplo, Facebook es una red social que nos permite gestionar la configuración de nuestro perfil y, también, decidir el nivel de privacidad que le otorgamos a cada uno de los elementos y contenidos que publicamos en la red.

Aun así, las redes organizan la información de modo que el usuario no es consciente de la difusión que una acción puede llegar a tener. Sin embargo, el ciudadano en la red tiene unos derechos que las leyes le garantizan: derecho a la información, a la seguridad en el consumo y derecho a la protección de su identidad, de su privacidad y seguridad de los datos personales. Por lo tanto, para garantizar esos derechos, la Agencia Española de Protección de Datos (AEDP) invita a denunciar los abusos que se dan en Internet respecto a la privacidad (Oliva, 2012).

De este modo, es preciso conocer que en una red social hay que proteger tu intimidad, evitando proporcionar tus datos personales (como dirección, trabajo o teléfono) a la vez que tener cuidado en la publicación de fotografías o vídeos comprometedores. Por ello, es necesario utilizar contraseñas complicadas y proteger nuestro perfil con las opciones de privacidad ofrecidas por la red puesto que si no cualquier usuario puede acceder al perfil y utilizar de manera inapropiada toda la información que esté publicada. Por lo tanto, se trata de tener claro una serie de límites para que el uso de la red sea más seguro (Calvo y Rojas, 2009).

#### **4.1.6. Términos y condiciones**

Somos conscientes de que la privacidad es importante y, sobre todo, de que estamos entregando nuestros datos personales a grandes compañías que pueden hacer con ellos prácticamente lo que quieran:

La mayoría de los usuarios de redes sociales no lee las licencias de uso ni los términos del servicio, por lo que ignoran que ceden a la plataforma derechos plenos e ilimitados sobre las obras que cuelgan creadas por ellos mismos: fotografías, música, vídeos, etc. (Álvarez, 2009, p.97).

Solemos simplemente aceptar, dando nuestro total consentimiento, cuando nos preguntan si hemos leído los Términos y Condiciones y la Política de Privacidad. Por eso, es primordial que estemos atentos a los cambios que las plataformas introducen en su apartado de términos y condiciones, ya que cuando nos damos de alta en una red social firmamos una especie de contrato vinculante con la empresa que nos proporciona ese servicio. En el Anexo 1 se incluye un ejemplo de la declaración de derechos y responsabilidades de la red social Facebook, en el que me gustaría destacar que cuando nos registramos y aceptamos la política de privacidad estamos concediendo una licencia no exclusiva, transferible, con derechos de sublicencia, libre de derechos de autor, aplicable globalmente, para utilizar cualquier contenido publicado (fotografías y vídeos). Esta licencia finaliza cuando eliminas tu contenido o tu cuenta, salvo si el contenido se ha compartido con terceros y estos no lo han eliminado.

Esto conlleva a otro aspecto importante a tener en cuenta, el momento en el que un usuario pretende darse de baja del servicio. Este momento resulta crítico para la protección de datos porque no es tan fácil eliminar el material que se ha colgado en la

red. Por mucho que un usuario se dé de baja ese material no se destruye totalmente, sino que se queda en la red, supuestamente inaccesible. Pero podría ocurrir que un comentario, una fotografía o un artículo recomendado por un usuario, volviera a reaparecer si alguien lo recuperara. Por ejemplo, Facebook admite la eliminación de una cuenta pero realmente no se elimina todo lo que se ha compartido y publicado. Por eso, toda la información compartida en el muro tanto de uno mismo como en el de otros, los mensajes personales enviados y los comentarios, no se borran. Así, que si un usuario pretende borrar todo su paso por esta red, debe eliminar manualmente todo lo que ha divulgado (Pedra, 2014).

#### **4.1.7. Registro de menores**

Como hemos visto anteriormente, es muy fácil registrarse en una red social y, por eso, los menores pueden acceder desde edades tempranas a las mismas. Hay redes de uso general que no admiten usuarios menores de 14 años (edad límite en España) porque son abiertas a todos los usuarios y, a su vez, son espacios virtuales en los cuales los peligros son habituales. Esto se señala en el artículo 13.1 del Reglamento de Desarrollo de la LOPD (Ley Orgánica de Protección de Datos) que dice: podrá procederse al tratamiento de los datos de los mayores de catorce años con su consentimiento, salvo en aquellos casos en los que la Ley exija para su prestación la asistencia de los titulares de la patria potestad o tutela. En el caso de los menores de catorce años se requerirá el consentimiento de los padres o tutores (Pérez, 2013). Por lo tanto, está prohibido que cualquier empresa registre datos de menores de 14 años sin el consentimiento de los padres. También, es necesario tener en cuenta que como las redes sociales forman parte del entorno de los menores y las van a utilizar se les prohíba o no, es preciso enseñarles un uso y funcionamiento adecuado de las mismas para evitar posibles riesgos.

Aun así, aunque muchas redes cuentan con restricciones de edad no permitiendo la entrada a ningún usuario fuera de los límites estipulados, los niños y adolescentes incumplen estas condiciones falseando los datos personales, en concreto, mintiendo sobre el año de nacimiento para entrar en estos sitios web. Así, el 11,9% de los niños de edades entre 9 y 10 años tienen un perfil en una red social, porcentaje que sube al 43% entre los 11 y 12 años (Pérez, 2013).

## **4.2. Uso de las Redes Sociales**

### **4.2.1. Población en general**

Todo el mundo dice que las redes sociales han llegado para quedarse. Asimismo podemos indicar que:

El boom de las redes sociales continúa con un ritmo de crecimiento imparable. Éstas tienen la finalidad de poner en contacto e interrelacionar a personas que hacen públicos datos e información personal y que proporcionan herramientas que permiten interactuar con otros usuarios y localizarlos en función de las características públicas en sus perfiles. (Ferro, 2014, p.113).

Según el informe “La Sociedad de la Información en España 2014”:

En 2014 más de tres cuartos de la población española entre los 16 y los 74 años accede regularmente a Internet, concretamente el 76,2% que corresponde a 26,25 millones de españoles, 1,45 millones más que en 2013. Por otro lado, el 81,7% de usuarios, 21,44 millones de españoles, acceden a Internet a través de un dispositivo móvil fuera de la vivienda habitual. Por último, en relación a las redes sociales señalar que su utilización aumenta bastante, llegando a un 67,1%. Los internautas entre los 16 y los 24 años continúan siendo los que más acceden a las redes sociales (91,3%). Por el contrario la franja de edad en la que más aumenta el porcentaje de internautas que acceden a las redes sociales es la comprendida entre los 45 y los 54 años, que ha pasado del 43,5% en 2013 al 52,3% en 2014. (Fundación Telefónica, 2015, p.34).

### **4.2.2. Adolescentes 14-16 años**

Los adolescentes son una parte muy importante y delicada dentro del mundo de las tecnologías y, en concreto, de las redes sociales ya que disponen de una gran habilidad tecnológica. En cuanto al uso que los adolescentes hacen de las redes sociales comentar que se inscriben en ellas porque para ellos suponen diversión, ocio y, también, un grado de autonomía, libertad e intimidad. Además, obtienen ventajas tales como el acceso a un nuevo medio de comunicación y relación social que les permite, de forma descentralizada, crear y mantener tanto el contacto directo con sus amigos y conocidos como una nueva forma de identidad con los que comparten intereses.

El Estudio de Juventud 152 (2011), donde la muestra está compuesta por jóvenes entre 15 y 29 años de edad, nos muestra que:

Un 73,9% de los jóvenes responde que mantienen el contacto con quienes no pueden verse de manera más frecuente, un 51,5% las usan para acceder o compartir fotos, vídeos, etc., un 38,4% para curiosear y un 26,8% para divertirse, entretenerte y pasar el rato. También, muestra que un 22,5% para estar al día de las informaciones, un 18,7% para hacer nuevos amigos, un 9,1% para ligar, un 8,4% para comunicar sus últimas actividades, planes, pensamientos, reflexiones, y un 8,2% para buscar información relacionada con su profesión o trabajo. Por último, muestra que un 5,3% las utiliza para no quedarse al margen de un espacio que utilizan las personas conocidas, un 2,4% para no parecer alguien raro y un 2% para buscar pareja. (INJUVE, 2011, p.13).

Así, Boyd y Ellison (2007) destacan que los adolescentes consideran las redes como lugares “seguros” desde los que poner a prueba situaciones difíciles offline: quedar, coquetear, construir el propio status social, e incluso, decidir qué imagen mostrar. Por eso, hay muchos adolescentes que se preocupan por mostrar una buena imagen o un buen perfil de sí mismos, ya que con la información sobre sí mismo que introduce el usuario, complementada por la que aportan los contactos, se va construyendo la imagen o identidad online del joven: el conjunto de características y atributos personales que lo definen y por lo que es reconocido. Con lo cual, los contenidos recogidos en el perfil afectan a su reputación en la red (Solano y Viñarás, 2013).

Por tanto, las redes sociales son un elemento fundamental en la vida real de los adolescentes y, en especial, ese escenario de privacidad ocupa una posición muy importante. Cada usuario cuenta, en su perfil, con un espacio en el que puede publicar imágenes, mensajes, vídeos, enlaces, eventos, etc. teniendo la posibilidad de compartir y comentar todos estos contenidos con otros usuarios de la red:

Los jóvenes comparten conscientemente información, exponen su privacidad con mucha más generosidad y descuido que los adultos, sin ser siempre conscientes de que de todo van dejando rastro. Esta es una de las grandes paradojas de lo virtual: van quedando rastros fácilmente detectables que puede almacenarse y reutilizarse hasta el infinito que dificulta enormemente el control sobre la propia información, hasta casi hacerlo imposible. (Piñar, 2011, p.69).

Sin embargo, como se señala en el “Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online” (2009):

Casi la mitad de los usuarios (43%) de las redes sociales analizadas tienen definido su perfil sin condiciones de privacidad y, además, disponible para ser visitado por cualquier otro usuario de la red. Por eso, a pesar de tener ciertas nociones de seguridad, los adolescentes siguen descuidando aspectos relacionados con la información personal que publican. (Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación y la Agencia Española de Protección de Datos, 2009, p.61).

#### **4.2.3. Riesgos existentes**

Los jóvenes usan las redes sociales en las que existen riesgos que no sabemos si conocen y, a su vez, tampoco conocemos si sabrían enfrentarse a ellos o, al menos, evitarlos. Por ello, nos gustaría señalar ciertos riesgos. Primeramente, aquellos que hacen referencia al acceso de ciertos contenidos inadecuados, seguidos de aquellos relacionados con la pornografía infantil, conductas patológicas, terrorismo, mensajes racistas o delitos y, por último, aquellos que afectan a los jóvenes porque se puede acceder fácilmente a los mismos por su impulsividad, curiosidad, o incluso, la presión del grupo. “Según los datos obtenidos por la Fundación Alia 2 en 2009, a través del análisis de varias redes P2P, España es uno de los países con más archivos susceptibles de ser pornografía infantil” (Echeburúa y Requesens, 2012, p.60). Otro riesgo es el ciberacoso entre iguales que se muestra en las redes sociales a través de varias formas como insultos, burlas, difusión de imágenes comprometedoras, falsos rumores, suplantación de identidad de la víctima, manipulación de fotografías o creación de perfiles falsos con datos de la víctima. Otra variante es el grooming, ciberacoso sexual de un adulto a un menor. Fernández (2011) lo define como: “conjunto de estrategias que una persona adulta desarrolla para ganarse la confianza de un menor a través de Internet con el fin último de obtener concesiones de índole sexual voluntarias o forzadas” (p.153). También en las redes sociales existe el riesgo de crear una identidad ficticia que hace que los adolescentes adopten actitudes y conductas diferentes a las que puedan tener en la vida real. Al mismo tiempo, es muy fácil confundir los datos privados de los públicos y llegar a difundir información en la red que puede ser perjudicial para uno mismo. Esas consecuencias pueden ser dañinas para los adolescentes y, por ello, es necesario que conozcan diferentes estrategias para publicar de forma segura en las redes sociales.

Asimismo, en estos espacios online el concepto de intimidad desaparece puesto que los jóvenes comparten información que es expuesta a todas las personas inscritas en esa red social. Como señala Oliva (2012), “los jóvenes constituyen el segmento más volcado con las redes sociales y, a la vez, el más vulnerable. Son competentes al máximo en sus habilidades tecnológicas, pero se muestran descuidados a la hora de salvaguardar su propia intimidad” (p.13). Por ello, hay muchos jóvenes que no comprenden los riesgos de subir demasiada información a la red:

Los jóvenes, al tener tan cerca la posibilidad de compartir fotografías, vídeos, comentarios y tantas otras cosas en tiempo real, se ven subyugados por las nuevas posibilidades que ofrecen las redes sociales a menudo sin percatarse de los riesgos que ello lleva emparejados en relación con la privacidad. (Piñar, 2011, p.69).

De este modo, las redes sociales permiten al usuario generar un perfil con sus datos personales haciéndolo público al resto de usuarios, ya que por defecto, la accesibilidad del perfil no es sólo para tus amigos, sino también para las personas que forman parte de la lista de contactos de tus amigos. Esto supone que cualquier persona que se registre en una red social y exponga sus datos personales, no se libre de posibles riesgos relacionados con su intimidad, su honor así como su propia imagen.

Como recomendación se podría decir que antes de publicar cualquier información en la red es fundamental que cada usuario piense qué contenidos son adecuados divulgar. También, es primordial tener en cuenta la divulgación de información respecto a terceros porque no puede ser realizada si éstos no han autorizado expresamente su publicación:

Cada persona debe decidir, según su propio criterio, la información que desea publicar en cada red y ser consciente de las repercusiones que puede tener. Lo mejor es pensar que una red social es como la calle y, por tanto, lo que uno no haría en plena calle mejor no hacerlo en una red social. El día a día en las redes sociales no es muy distinto de lo que ocurre en la calle al contrario de lo que se suele creer. (Pavón, 2012, p.14).

#### **4.2.3.1. Información personal**

Una vez analizados los riesgos existentes, es necesario prestar especial atención a la información personal que los adolescentes comparten y divultan en las redes

sociales. Primeramente, señalar que al crear un nuevo perfil en una red social se está facilitando una serie de datos personales que pueden llegar al alcance de cualquier desconocido y éste utilizarlos con finalidades diferentes a las del propio usuario. Estos datos suelen ser: la edad, profesión, estudios, ciudad, colegio, instituto, ideas políticas, tendencias sexuales, religión, etc.

Según el Estudio “Jóvenes consumidores y redes sociales en Castilla-La Mancha” (2011):

En las redes sociales las personas dan demasiada información sobre sí mismas, sin preocuparse por su intimidad o seguridad. El 80% de los jóvenes están de acuerdo y solamente el 20% en desacuerdo. Estos datos confirman que los jóvenes son conscientes del peligro que, en este aspecto, suponen las redes sociales, y también de que este peligro viene dado, en gran parte, por el comportamiento de los usuarios, que exponen despreocupadamente datos privados y personales. (Garcés y Ramos, 2011, p.81).

Además, este estudio nos aporta otra serie de datos fundamentales a tener en cuenta:

La mayoría de los jóvenes (80%) manifiesta que tiene mucho cuidado en no facilitar en las redes sociales ningún tipo de datos privados (teléfono, domicilio, lugar de estudio o trabajo, etc.), mientras que un 20% no lo tiene. Por otro lado, dada la importancia del tema, se ha planteado de manera distinta otro enunciado para confirmar la prudencia de los jóvenes respecto a sus datos y archivos. En este caso los datos son bastante distintos, puesto que el 38% reconoce que, a veces, es muy imprudente al colocar fotos, comentarios o información personal que puede ver todo el mundo en las redes sociales. Y, el 62% afirma que no es así. Por lo tanto, aunque los jóvenes tratan de cuidar su privacidad en la red, un porcentaje importante reconoce que acaba cometiendo imprudencias. (Garcés y Ramos, 2011, p.86).

Podemos sintetizar que el problema al que nos enfrentamos se caracteriza por la ignorancia de los adolescentes a la hora de publicar información privada en las redes sociales puesto que no comprenden que esa información puede ser vista por todos los usuarios de la red y esto puede llegar a ser un problema. Por lo tanto, los jóvenes deben ser prudentes compartiendo información en la red y, además, deben ser capaces de

seleccionar la información personal que van a divulgar en la red para evitar futuros problemas.

## **5. DISEÑO METODOLÓGICO**

---

### **5.1. Nivel de investigación**

Esta investigación es de tipo descriptivo ya que se efectúa cuando se desea describir una realidad sobre el fenómeno redes sociales. Además, para conocer esa realidad, es necesario obtener información específica, la cual hemos analizado en el marco teórico y, posteriormente, hemos formulado preguntas importantes para la obtención de datos que se desean saber acerca del uso que hacen los adolescentes de las redes sociales:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere" (Arias, 2012, p.24).

Para la realización de estudios descriptivos es necesario tener en cuenta dos elementos fundamentales, la muestra y el instrumento. Por lo tanto, se observa y describe el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera, habiendo una sola interacción con ese grupo de personas (estudio transversal).

### **5.2. Justificación de la metodología**

En esta investigación se persigue conocer los usos y actitudes predominantes de los adolescentes aragoneses conforme a las redes sociales a través de una descripción exacta de procesos. Así, esta investigación es descriptiva ya que muestra las características de un fenómeno existente y la información obtenida nos dará una imagen amplia de este fenómeno que queremos estudiar. De este modo, la meta se basa en la recolección de datos para obtener respuestas de los usos y actitudes que muestran los jóvenes en las redes sociales. Estos datos se recogen sobre la base de una hipótesis, se expone y resume la información de manera cuidadosa y, luego, se analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que

contribuyan al conocimiento. Por último, el propósito es describir situaciones, es decir, señalar cómo se manifiesta un determinado fenómeno.

### **5.3. Diseño de investigación**

El diseño de la investigación se basa en un enfoque *ex post facto*, “con posterioridad al hecho”, puesto que no requiere la manipulación directa de las condiciones de producción de los fenómenos. Como señala Kerlinger (1979), “la investigación no experimental o *expost-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones” (p.116). Una ventaja de utilizar este método es que nos ofrece información útil en relación con la naturaleza del fenómeno puesto que no se introduce ninguna variable experimental en la situación que desea estudiar (por lo que se describe algo ya ocurrido). Por tanto, se estudian situaciones habituales de la realidad social, se seleccionan los participantes y la cantidad de individuos.

Los pasos a seguir en este tipo de diseño son los siguientes:

1. Identificar y formular el problema a investigar.
2. Establecer los objetivos del estudio.
3. Seleccionar la muestra apropiada.
4. Diseñar o seleccionar los sistemas de recogida de información.
5. Recoger y analizar los datos.
6. Extraer conclusiones.

Siguiendo los pasos del diseño, señalar que el problema a investigar tiene entre sus objetivos establecidos, conocer si realmente los adolescentes son conscientes de lo que supone la divulgación de información privada en las redes sociales, puesto que para ellos, es una plataforma virtual en la que se sienten cómodos, aunque a su vez, están expuestos a múltiples riesgos.

Una vez establecido lo anterior, había que elegir una muestra de población apropiada para su estudio. Entonces, pensando en las posibilidades de acceso a los jóvenes y en la obtención de una información adecuada para ser analizada posteriormente, se escogió a adolescentes de edades comprendidas entre los 14 y los 16 años de edad. Consideramos que era la edad adecuada para responder al tema de investigación porque a esas edades

comienzan a introducirse en el mundo de las redes sociales. Llegado al cuarto paso, se seleccionó como sistema de recogida de información el método de encuesta basado en preguntas relacionadas con el tema a investigar, las redes sociales. Hay que tener en cuenta que el objetivo de la metodología de encuesta es la obtención de información con el propósito de conocer las propiedades o características de una determinada población conforme al tema a investigar. Pasados los cuestionarios, se realizó el análisis estadístico de los datos y, a partir de éste, se elaboraron algunos gráficos y tablas. Asimismo, se pudieron establecer y extraer conclusiones sobre la utilización y las actitudes por parte de los adolescentes de las redes sociales terminando así la investigación.

#### **5.4. Población y muestra**

Para poder analizar los usos que hacen los adolescentes de las redes sociales se ha elegido un tipo de muestreo casual. Se trata de un proceso en el que hemos seleccionado directa e intencionadamente a los individuos de la población. Hemos utilizado este procedimiento porque la muestra son los alumnos de un instituto aragonés al que tengo fácil acceso. Este tipo de muestreo a su vez es no probabilístico puesto que los individuos son seleccionados en función de las características de la investigación así como de la intención o criterio del investigador.

El cuestionario ha sido pasado únicamente a los alumnos de tercer y cuarto curso de Educación Secundaria Obligatoria de una ciudad aragonesa de 17.000 habitantes. Las edades de los adolescentes aragoneses están comprendidas entre los 14 y los 16 años llegando a un total de 150 alumnos encuestados, de los cuales participan en tercer curso, 77 alumnos, 45 mujeres y 32 hombres y, de cuarto curso, 73 alumnos, 36 mujeres y 37 hombres.

#### **5.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Primeramente, se efectuó la revisión bibliográfica a fin de recolectar datos interesantes para recabar la información. Seguidamente, como la población ya estaba identificada, se decide recoger datos de esa muestra de población mediante un estudio cuantitativo. Así, en este estudio se opta por utilizar un cuestionario como método de estudio porque era la forma más sencilla de poder llegar a tan alta muestra de alumnos durante los meses de marzo y abril.

El cuestionario se hace específicamente para este estudio y consta de 34 preguntas relacionadas con el fenómeno “redes sociales” que responden al objetivo general que es conocer el uso que hacen los adolescentes de las redes sociales prestando especial importancia a la publicación de datos de carácter personal y privado que hacen en las mismas. Igualmente, hay diferentes bloques que responden a los objetivos específicos planteados. El primer bloque corresponde a las preguntas 1, 2, 3, 4, 5 y 6, y tiene como objetivo identificar qué tipo de redes sociales utilizan los adolescentes; el segundo bloque, preguntas 7 y 8, analiza qué conocimiento tienen los jóvenes de lo que supone estar inscrito en una red social; el tercer bloque, pregunta 9, describe el para qué y por qué usan las red sociales; en el cuarto bloque, pregunta 10, se trata de averiguar el uso diario de las redes sociales en las que estén registrados; y, en el quinto bloque, pregunta 11, se pretende conocer de manera detallada la información de carácter personal que publican. Además, el sexto bloque, preguntas 12, 13, 14, 15 y 16, trata de saber la importancia que los adolescentes conceden a actualizar su perfil, la cantidad de veces que publican y el contenido que divultan, así como desde qué medio y lugar se conectan; el séptimo bloque correspondiente a las preguntas 17, 18 y 19, hace referencia a si los jóvenes son conscientes o no de la divulgación de datos personales; en el octavo bloque, preguntas 20, 21, 22 y 23, se trata de conocer cuántos perfiles tienen y cómo están definidos; y con el noveno bloque, preguntas 24, 25 y 26, se conoce qué tipo de personas tienen agregadas en la red. Asimismo, en el décimo bloque, preguntas 27 y 28, se pretende conocer las experiencias tanto positivas como negativas que les suceden en la red; con el undécimo bloque, preguntas 29, 30 y 31, se descubre las actitudes que los adolescentes toman ante situaciones que les ocurren en las redes sociales; y, en el duodécimo bloque, la pregunta 32, se trata de averiguar si las redes sociales les ayudan a relacionarse mejor o no. Por último, el décimo tercer bloque, preguntas 33 y 34, hace referencia a si los adolescentes han sido avisados de la importancia de proteger sus datos personales y de recibir consejos de cómo usar las redes sociales de forma segura. (Se adjunta el cuestionario en el Anexo 2).

Así, los datos fueron recogidos a través de este cuestionario en formato papel y, seguidamente, la información de los cuestionarios en papel se volcó en una hoja de cálculo. En esta hoja de cálculo, anotamos todas las respuestas dadas por los alumnos, codificando aquellas preguntas que eran abiertas para la posterior obtención de resultados. Una vez terminado este proceso, procedimos a la elaboración de

distribuciones de frecuencias y porcentajes para poder analizarlos adecuadamente mediante la elaboración de gráficos y tablas. Para ello, en la realización del cuestionario se utilizó el procesador de textos Word y la hoja de cálculo Excel, para efectuar el análisis, la ordenación, el cálculo de datos y la realización de gráficos estadísticos.

## 6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

---

El cuestionario, utilizado como instrumento de recogida de datos en esta investigación, nos deja una serie de respuestas las cuales van a ser analizadas detenidamente a continuación. Primeramente, señalar que en esta investigación participan 150 estudiantes de un centro público de un entorno urbano. Los alumnos son de tercer y cuarto curso de Educación Secundaria Obligatoria cuyas edades están comprendidas entre los 14 y los 16 años de edad, de los cuales el 46% corresponde a hombres y el 54% a mujeres.

Para responder a los cuestionarios era preciso que todos los adolescentes tuvieran una cuenta en alguna red social, pero esto no fue ningún problema. Todos los estudiantes encuestados estaban registrados en una o varias redes sociales virtuales, resultado que se obtuvo al analizar esta pregunta ya que cabía la posibilidad de marcar más de una opción (véase Tabla 1).

**Tabla 1**

Perfiles en las redes sociales

Redes Sociales	Número de estudiantes	Porcentajes
Instagram	122	81%
Facebook	117	78%
Twitter	110	73%
Tuenti	94	63%
Snapchat	12	8%
Badoo	6	4%
MySpace	6	4%

Se puede ver que Instagram es la red más popular y utilizada por los jóvenes, se creó en 2010 y está especializada en compartir imágenes de los usuarios. Es necesario destacar el Estudio Social Media 2015, analizado en la introducción y en el que “Online Business School” indica que Facebook sigue siendo la red más utilizada hasta el momento, aunque en 2014, tuvo un pequeño descenso en el uso activo de usuarios debido a que los jóvenes, entre 16 y 24 años, se registraban en otras redes sociales como Instagram. Por otro lado, recalcar que el número de respuestas totales ha sido de 467 y esto no indica que de una manera aproximada cada estudiante está registrado en una media de 3,09 redes sociales.

Como las redes sociales permiten una interacción prácticamente a tiempo real, facilitan la comunicación con mucha gente y la posibilidad de realizar diversas funciones en la red. Los datos mostrados en el gráfico nos confirman que hay un alto grado de uso de las redes sociales entre los adolescentes (véase Gráfico 1).

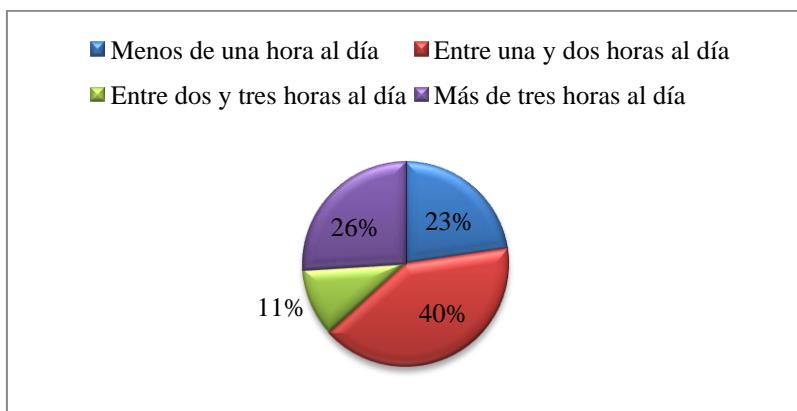


Gráfico 1. Porcentaje que muestra las horas al día que se conectan los adolescentes en las redes sociales

Es necesario recalcar que los jóvenes acceden rápidamente a las nuevas tecnologías porque en sus casas es habitual tener ordenadores y tabletas con conexión a Internet, aparte de sus propios teléfonos móviles. Asimismo, los estudiantes prefieren conectarse desde casa y con su propio teléfono móvil (véanse Tablas 2 y 3).

**Tabla 2**

Medio a través del cual se conectan a la red social

Tipos de medios	Número de estudiantes	Porcentajes
Teléfono móvil propio	96	64%
PC propio	74	49%
Tableta propia	47	31%
PC padres	13	9%
Tableta padres	6	4%
PC lugares públicos	6	4%

**Tabla 3**

Lugar de conexión a la red social

Lugares	Número de estudiantes	Porcentajes
Casa	150	100%
Calle	67	45%
Instituto	13	9%
Bar	2	1%

Por tanto, es inevitable señalar las razones que los adolescentes exponen para darse de alta en las redes sociales. Esta pregunta era abierta, así que hemos hecho una recopilación de todas las respuestas dadas (150 respuestas) y después, las hemos codificado obteniendo los siguientes resultados: un 68% de los encuestados lo hace porque sus amigos las tienen, y así, a través de ellas, se pueden comunicar cuando no están juntos. Igualmente, un 13% lo hace porque lo tiene todo el mundo y consideran que es algo novedoso en la sociedad hoy en día, un 12% por curiosidad y entretenimiento y un 7% para conocer otras personas con sus mismos gustos. Estos datos podemos compararlos con los analizados en el marco teórico del Estudio INJUVE EJ152 (2011) que decía que un 73,9% de los jóvenes utiliza las redes sociales para mantener el contacto con quienes no pueden verse de manera más frecuente, un 38,4% para curiosear, un 26,8% para divertirse, entretenerte y pasar el rato, y un 18,7% para hacer nuevos amigos. Por tanto, podemos concluir señalando que los adolescentes se dan de alta realmente en las redes sociales porque sus amigos son usuarios de las mismas, pueden mantener el contacto con ellos continuamente y, a su vez, con otras personas con las que no se ven regularmente.

Al darse de alta en las redes sociales cada usuario acepta una política de privacidad que describe cómo se recoge, se guarda o se utiliza la información que se publica en las mismas. En cualquier red social se recopila la información que cada usuario proporciona al registrarse, al crear o compartir contenido, así como cuando envían mensajes o se comunican con otros usuarios. También, se almacena información sobre el uso que cada usuario hace de los servicios, por ejemplo, el tipo de contenido que cada uno ve o con el que interactúa, además de la frecuencia y la duración de las actividades. Igualmente, se recogen los datos acerca de las personas o los grupos con los que uno está conectado. No obstante, acorde con los datos obtenidos, indicar que la totalidad de la muestra de población ha respondido que realmente no ha leído el texto previo que aparece a la hora de hacerse una cuenta en una red social. Realmente la política de privacidad es ininteligible la mayoría de las veces, por tanto, resulta evidente que el usuario desconozca el contenido real y las consecuencias de estas políticas de privacidad. A pesar de no conocer lo que la política de privacidad explica, el 95% de los jóvenes asegura ser conscientes de lo que supone estar inscrito en una red social.

Se puede decir que la población en general utiliza las redes sociales para hablar con sus amigos, crear eventos para quedar o salir sin la necesidad de tener que llamar por teléfono, así como establecer nuevas relaciones con otras personas basadas en rasgos compartidos como hobbies, intereses y círculos de amistad. Por eso, es preciso conocer para qué y por qué los adolescentes utilizan las redes sociales. Estas preguntas eran abiertas y los estudiantes podían responder más de una razón. Asimismo, se han recogido las respuestas dadas tanto en el para qué (188 respuestas) como en el por qué (150 respuestas). Posteriormente, estas respuestas se han codificado y se han obtenido los siguientes resultados: la razón para utilizar las redes sociales de la mayoría de los adolescentes encuestados (65%) es comunicarse, seguida de un 20% que dice utilizarlas para enterarse de las cosas que les suceden a sus amigos. Por otro lado, en cuanto al por qué, destacar a un 47% que dice usarlas porque las utiliza todo el mundo y a un 30% porque las utilizan sus amigos (véanse Tablas 4 y 5).

**Tabla 4**

Para qué utilizan los adolescentes las redes sociales

¿Para qué?	Número de estudiantes	Porcentajes
Comunicarse	98	65%
Enterarse de las cosas que les suceden a sus amigos	30	20%
Subir imágenes	20	13%
Mantenerse informado	17	11%
Entretenerse	15	10%
Enterarse de las cosas que les sucede a los famosos	5	3%
Conocer nuevas personas	3	2%

**Tabla 5**

Por qué utilizan los adolescentes las redes sociales

¿Por qué?	Número de estudiantes	Porcentajes
Las utiliza todo el mundo	70	47%
Los amigos lo utilizan	45	30%
Me gusta estar en contacto con otras personas	23	15%
Es una buena forma de comunicarse	12	8%

Otro rasgo fundamental es saber qué significa para ellos ser usuarios de una red social. En esta pregunta los estudiantes han podido marcar más de una opción y los resultados han sido: para un 95% de los adolescentes significa estar al día de las diferentes informaciones que sus amigos muestran y para un 90% enterarse de los últimos eventos y novedades que ocurren tanto en su ciudad como en el resto de ciudades españolas. Le sigue con un 79% la importancia de estar en un grupo y conocer gente nueva, de comunicar cada usuario sus propias informaciones (77%) y de tener un sitio personal (51%). Sin embargo, los porcentajes menores hacen referencia a aumentar su grupo de amigos (28%) y organizar reuniones (9%).

Por lo tanto, en las redes sociales, la comunicación es esencial ya que hay varias formas de comunicarse tanto con personas cercanas como con contactos que hace mucho tiempo que no ves. Un usuario puede poner comentarios en su propio muro y en el de otros manteniendo conversaciones personales de una forma pública ya que están a la

vista de todo el mundo. Sin embargo, si se quiere más privacidad se pueden enviar mensajes privados que solo lee el propietario o mediante el servicio de chat que ofrecen algunas redes sociales. Además, los adolescentes en general participan activamente aportando sus opiniones y comentarios en diversos grupos de series o actividades, así como subiendo imágenes, vídeos y música. También, comparten en su muro mucha de la información publicada por los demás. Conforme a la pregunta de las acciones que realizan en las redes, los estudiantes podían marcar varias opciones, y de hecho, el resultado obtenido es que el uso principal por parte de los adolescentes es comunicarse a través de la opción del chat de modo privado solamente con sus amigos (véase Tabla 6).

**Tabla 6**

Acciones que realizan los adolescentes en las redes sociales

Acciones	Número de estudiantes	Porcentajes
Chatear de modo privado con amigos	145	97%
Subir imágenes, vídeos, música	125	83%
Reencontrarte o mantener contacto con gente que hace mucho que no ves	115	77%
Compartir imágenes y vídeos de otros	72	48%
Dejar comentarios en el muro de otros	72	48%
Agregarte a grupos de actividades, series y programas	36	24%
Informar de lo que haces	20	13%

Por otro lado, la actualización del perfil depende no de la propia red social sino del propio usuario que es el que determina el grado de renovación de los contenidos. Por lo tanto, la respuesta de los estudiantes a la pregunta de cuánta importancia le dan a actualizar el perfil de la red, la mayoría respondió que poca importancia (75%). También, dependiendo de la red en la que estés inscrito los adolescentes publican más o menos veces ya que cada una ofrece diferente visibilidad, velocidad, nivel de interacción, e incluso, diferente tipo de audiencia. Por ello, cuando se les preguntó cuántas veces publican en la red a diario, la mayoría de jóvenes (77%) respondieron que publican menos de tres veces al día.

Efectivamente, las redes sociales son canales de comunicación e interacción que permiten que los usuarios publiquen toda aquella información sobre acontecimientos

políticos, económicos, sociales y culturales que les sea de interés, convirtiéndose en un espacio de participación social activa. Aunque realmente, los jóvenes no son conscientes de que toda esa cantidad de información personal expuesta en la red se considera de nivel alto por la LOPD. Asimismo, el problema aparece cuando ninguna red social cumple los requisitos de seguridad exigidos por la legislación nacional y no dispone de un representante en España que se encargue de la adecuada seguridad y protección de datos en las mismas. Por ello, los usuarios tienen que prestar atención a los contenidos personales que divultan en las redes sociales. Precisamente esta pregunta sobre la información personal que muestran en la red era abierta para poder conocer la información que difunden, recopilando así las respuestas dadas para codificarlas posteriormente. De este modo, entre los resultados obtenidos señalamos que la información personal más publicada por los adolescentes son fotografías (90%), seguido de eventos (77%), de sus gustos (53%) y de la ciudad donde viven (23%) (véase Tabla 7).

**Tabla 7**

Información personal que muestran los adolescentes en las redes sociales

Información personal	Número de estudiantes	Porcentajes
Fotografías	135	90%
Eventos	115	77%
Gustos	80	53%
Ciudad donde vives	34	23%
Sentimientos	9	6%
Número de móvil	8	5%
Ideas políticas	1	1%
Correo electrónico	2	1%

Consecuentemente, los jóvenes facilitan datos personales en sus perfiles acerca de quién son, mostrando una foto real de sí mismos y su nombre real. Sin embargo, hay otros que prefieren preservar su privacidad mostrando principalmente información falsa sobre ellos mismos. Conforme a la pregunta sobre qué datos personales muestran en su perfil, los estudiantes podían marcar varias opciones, y de los resultados obtenidos podemos señalar que la información personal que más enseñan en su perfil son su nombre y apellidos (81%) y una foto que muestra su cara de forma muy clara (76%). Esto nos dice que la mayoría de los estudiantes están compartiendo bastante información acerca

de sí mismos en las redes sociales ya que mostrar el nombre y apellidos supone que el resto de usuarios de la red puedan buscar a esa persona y conocer ciertos aspectos sobre la misma. Además, al publicar una foto real en el perfil se está facilitando la identificación de la persona puesto que es un elemento visible para todos los usuarios de la red (véase Tabla 8).

**Tabla 8**

Elementos en el perfil

Elementos en el perfil	Número de estudiantes	Porcentajes
Nombre y apellidos	122	81%
Una foto que muestra tu cara de forma clara	114	76%
Edad real	45	30%
Edad que no es la que realmente tienes	30	20%
Instituto al que vas	30	20%
Nombre diferente o apodo	22	15%
Imagen que no refleja tu identidad	19	13%
Número de teléfono móvil	8	5%
Otros datos no reales	5	3%
Colegio al que fuiste	4	3%
Dirección	2	1%

Al mismo tiempo, los jóvenes publican en sus muros diferentes informaciones. Esa información publicada por un usuario es compartida con los usuarios comunes que tenga en la red social, siendo importante recalcar que si un usuario publica una información en su perfil de la red social se produce un efecto cadena de ese contenido. Inmediatamente, esa información será vista por toda la red asociada de amigos del usuario que, a su vez, podrán también publicarlos en sus perfiles. De este modo, es primordial controlar la visibilidad de nuestro perfil para impedir que cualquiera pueda tener acceso a nuestros datos. Así, es necesario que los adolescentes definan su estado de perfil en modo privado para que la información publicada sea vista por personas que realmente sean cercanas a ellos. La mayoría de los estudiantes (62%) responden que tienen un perfil privado para que únicamente sus amigos puedan verlo, pero hay un 5% que no sabe cómo está definido el estado de su perfil por su desconocimiento en la

configuración de la privacidad que muestran las distintas redes sociales para controlar la información que quieren mostrar (véase Gráfico 2).

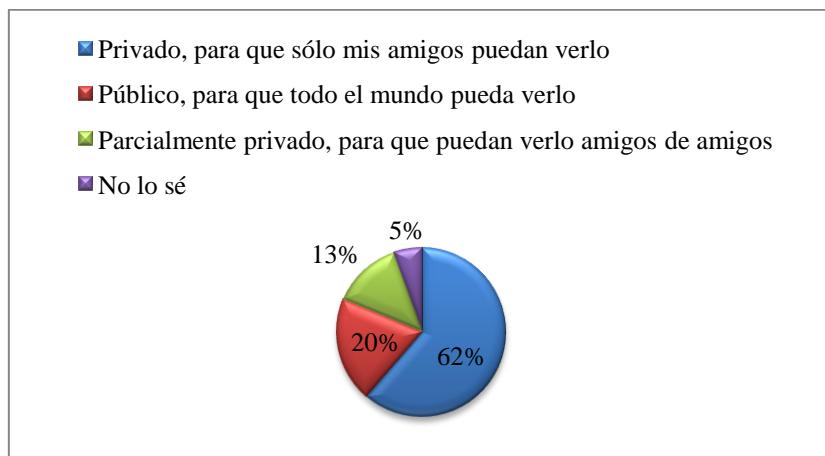


Gráfico 2. Porcentajes que muestran cómo está definido el estado del perfil de los adolescentes en las redes sociales

Asimismo, los jóvenes parecen confiar en las redes sociales mostrando y compartiendo datos personales para que los demás sepan más de ellos siendo inconscientes de la inmensa información que las redes recogen de todo el mundo. Por tanto, al preguntar qué pretenden los jóvenes al divulgar sus datos personales en la red, la mayoría de los adolescentes (67%) responde que publican para que los demás conozcan cosas de ellos mismos (véase Gráfico 3). En esta pregunta abierta, por lo tanto, hemos recopilado y codificado las 150 respuestas dadas por los estudiantes. Además, al responder a la pregunta de si conocen la información que ceden o no en la red y los riesgos que eso supone, la mayoría de los estudiantes (59%) contestó que conoce a quien cede la información personal en la red y afirma saber cuáles son los riesgos que eso supone.

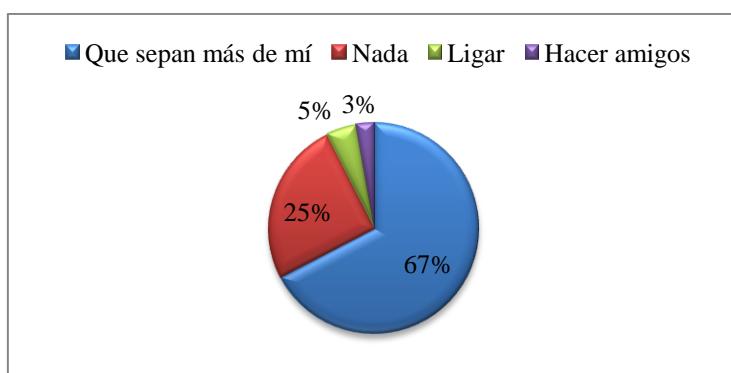


Gráfico 3. Porcentajes que señalan qué pretenden los jóvenes al ofrecer datos personales en las redes sociales

Por otro lado, es esencial señalar que todo lo que se pone en la red, se queda en la red. Se debe tener cuidado con lo que se publica para no verse perjudicado ni implicado en situaciones problemáticas. Por ejemplo, si publicas una imagen en tu perfil de Facebook y posteriormente la deseas eliminar, tienes que tener en cuenta que esa imagen se elimina solamente de tu perfil pero se queda en los servidores de Facebook. Asimismo, en el cuestionario se formula una pregunta en la que los adolescentes deben indicar si conocen qué ocurre con la información que está publicada en una red social cuando te quieras dar de baja. Las respuestas nos muestran que un 73% confirma que no sabe qué ocurre realmente con esa información (véase Gráfico 4). Esta pregunta era abierta y hemos recogido y codificado las respuestas dadas por los estudiantes.



Gráfico 4. Porcentajes que muestran el conocimiento que tienen los adolescentes sobre qué ocurre con la información publicada si se quisieran dar de baja de una red social

Por ello, cuando un usuario quiere publicar cierta información en la red en la que están implicados otros usuarios, es necesario que ese usuario disponga del total consentimiento de los otros para dicha publicación, ya que si no, es considerado una falta. De este modo, cuando se les pregunta a los jóvenes si disponen o no de esa autorización de los demás usuarios en el momento que quieren publicar en la red cierta información, se obtiene como respuesta que la mayoría de los adolescentes no dispone de esa autorización (83%). Esto nos lleva a otra pregunta planteada sobre si los usuarios se han sentido incómodos por la publicación en la red, sin su consentimiento, de algún comentario o fotografía desgradable. En respuesta a esta pregunta, podemos señalar que el 20% de los estudiantes encuestados afirma haberse sentido incómodo por alguna publicación de este tipo. Y, de ese 20% de adolescentes enfadados, el 67% dice que opta por actuar ante esta situación eliminando el comentario o fotografía publicada.

Todas las personas que dispongan de una red social pueden recibir comentarios inapropiados de desconocidos, los cuales acceden a esos usuarios a través de otros amigos usuarios porque las redes sociales son espacios virtuales públicos. En nuestra encuesta un 15% de los estudiantes han afirmado haber recibido comentarios inapropiados, ya sea de forma privada o de forma pública, de personas desconocidas en la red. Y, de estos estudiantes, el 83% nos confirma que ha recurrido a la medida más adecuada, bloquearlo o denunciarlo vía red social.

Anteriormente se ha preguntado por cuántos perfiles tienen los adolescentes en las redes sociales, pero en este momento, nos centramos en cuantos perfiles poseen dentro de una misma red social. El 93% de los estudiantes responde que solamente tienen un perfil en cada red social y que no han fingido ser otra persona en las redes sociales, mientras que el resto (7%) asegura tener dos o más perfiles para realizar un uso poco adecuado como gastar bromas.

Hay que señalar que las formas de relacionarse hoy en día han cambiado totalmente con las tecnologías. En estos espacios virtuales pueden surgir verdaderas relaciones de amistad porque son sitios y situaciones nuevas donde se puede conocer personas con los mismos intereses. Para que llegue a consolidarse esa amistad hay que dedicar tiempo, esfuerzo e interés. Según el 97% de los adolescentes encuestados responden que las redes sociales les ayudan a relacionarse mejor, logrando conocer a otras personas que después llegan a ser amigos, mientras que un 3% opina lo contrario. No obstante, es preciso indicar que las redes sociales enmascaran las malas relaciones existentes ya que cuando un usuario se quita de la lista de amigos de otro usuario, o lo bloquea, no aparece ninguna notificación de desagregación, solamente aparecen notificaciones de las agregaciones. Así, el 61% de los estudiantes respondieron que tienen en la red social alguna persona con la que no tienen buena relación, e incluso, la han bloqueado. Mientras que un 39% no tienen agregadas a personas con las que mantienen malas relaciones, y así, no tienen que bloquear a nadie. Además, en la pregunta a qué tipo de personas tienen agregadas en la red, los adolescentes podían marcar más de una opción, siendo los resultados los siguientes: un 97% de los estudiantes encuestados tiene agregado a los amigos más cercanos, un 93% a los compañeros de clase, un 77% a los compañeros de actividades fuera del instituto, un 57% a conocidos, un 44% a los amigos de amigos, un 36% a sus familiares, y un 7% a sus profesores. Por último,

indicar que el quedar a través de la red con alguien completamente desconocido, es totalmente desaconsejable para los estudiantes de estas edades ya que puede suponer diferentes riesgos. Aun con todo, el 13% afirma haber quedado al menos una vez con esa persona desconocida tomando como medida de precaución el quedar en un lugar público, dándole como datos personales a través de la red el nombre y la localidad (73%).

Finalmente, es fundamental advertir a los adolescentes sobre la importancia de proteger sus datos personales en las redes sociales, así como ofrecerles algunos consejos útiles sobre la utilización de forma segura de las mismas. En este caso, el 93% de los estudiantes contestaron que habían recibido charlas de la guardia civil, la policía local, o de otros expertos en redes sociales; pero cuando se les preguntó que especificaran algo en concreto de esas charlas, prácticamente la totalidad de los alumnos dejó vacía esa pregunta, o los que contestaron, ofrecieron respuestas poco adecuadas.

## 7. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

---

Los adolescentes usan las redes sociales porque todo su entorno más cercano las utiliza, son de fácil acceso y de bajo coste. Además, se suelen conectar de manera rápida y sencilla desde sus casas mediante su teléfono móvil o su ordenador personal. El único inconveniente que presentan estos espacios virtuales es que cuando los jóvenes se dan de alta en la red, no leen ni comprenden lo que la política de privacidad indica y creen totalmente conocer los riesgos que supone. Aun así, los adolescentes se dan de alta en las redes sociales porque sus iguales recurren a ellas para comunicarse, influencia principal en estas edades ya que los amigos igualan o incluso superan el nivel de influencia que ejerce la familia en su vida. Por lo tanto, el adolescente cuando se está poniendo al día de las diferentes informaciones que sus amigos publican en la red, muestra un gran interés por dichas informaciones y, a su vez, por conocer los últimos eventos y novedades que ocurren a su alrededor. Precisamente en ese momento de conexión a la red, pierden la noción del tiempo y suelen estar entre una y dos horas al día.

La red más utilizada por los adolescentes es Instagram, red que consiste en capturar y compartir los mejores momentos sucedidos, personalizando las imágenes con los múltiples efectos que ofrece; seguida de Facebook, red interactiva que tiene la aplicación del chat donde los jóvenes mantienen conversaciones inmediatas en un entorno cerrado en el que solamente están en la conversación los dos usuarios. De este modo, las redes sociales permiten establecer relaciones con personas tanto conocidas como desconocidas que con el tiempo pueden llegar a convertirse en amigos. No obstante, aunque no se llegue a establecer una relación de amistad o simplemente de cordialidad, los jóvenes siguen teniendo agregados a esos contactos con los que mantienen una mala relación para cotillear la información que publican. A veces, también recurren a la técnica de bloqueo para no permitirles acceder a la información que divultan. Normalmente no suelen quedar con personas desconocidas que conocen en las redes sociales, pero si lo hacen, toman como medida de precaución el quedar en un lugar público proporcionándole a esa persona desconocida solamente el nombre propio y la localidad donde vive.

Es preciso indicar que los jóvenes están inscritos en más de una red social disponiendo de un solo perfil en cada una de ellas. En este perfil, en el que consideran su actualización poco importante, exhiben datos personales como el nombre, los apellidos y una foto que revela su identidad de forma muy clara. A su vez, en su muro publican menos de tres veces al día información personal pretendiendo que los demás conozcan aspectos interesantes de ellos mismos. Creen que es un espacio en el que pueden comunicar libremente sus propias informaciones. Propagando estos datos, los jóvenes se muestran seguros porque conocen a quien los están mostrando puesto que disponen de un perfil modo privado que permite el acceso solamente de los amigos agregados en esa red. Sin embargo, hay que señalar que no saben realmente lo que ocurre con la información que divultan en la red una vez que se tuvieran o quisieran darse de baja en la misma.

Por tanto, para los adolescentes todo gira en torno a una realidad virtual ya que supone un espacio en el que están en contacto con sus iguales y en el que pueden publicar toda aquella información que ellos quieran, como las últimas fotografías que se han hecho, los acontecimientos que han presenciado y sus diferentes gustos. Si esa información involucra a más usuarios, es obligatorio disponer del consentimiento de los mismos para poder subirla a la red. Este es un aspecto que no se consigue con los jóvenes ya que siguen divulgando los contenidos sin pedir la autorización al resto de usuarios implicados. Esto provoca situaciones en las que los usuarios se sienten enfadados y piden la eliminación de los comentarios o imágenes desagradables sobre su persona publicados en la red por otros usuarios.

Para terminar, decir que las redes sociales son herramientas de comunicación muy potentes y permiten multitud de funciones atractivas para los jóvenes que no reparan en los inconvenientes de este tipo de aplicaciones. Entonces, como los adolescentes no van a dejar de usar las redes sociales, es necesario que en los centros educativos, tanto los profesores como expertos como la guardia civil o la policía local, les adviertan de los riesgos que conllevan, así como se les den consejos útiles sobre un uso más adecuado y seguro. De esta manera, es fundamental educarles para que las usen de manera inteligente, saludable y que les influya positivamente.

## 8. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN DESDE LA ACCIÓN TUTORIAL

---

Una vez estudiada la realidad que ocurre en las aulas de tercer y cuarto curso de Educación Secundaria Obligatoria acerca del uso de las redes sociales, podemos decir que los resultados nos muestran que no son realmente conscientes de la importancia de publicar en la red toda la información personal, así como tampoco conocen las consecuencias y riesgos que existen. Por lo tanto, vamos a realizar un diseño preliminar de actuación desde la acción tutorial para estos jóvenes (aunque no sea posible llevarla a la práctica). Señalar que sabemos que este plan finalizado debería ir complementado de otros dos, un plan para los padres y otro para los profesores. De este modo, la participación de todos los agentes cercanos en la intervención haría que ésta fuera completa y adecuada porque les aportarían un conocimiento y un buen uso acerca de las redes sociales.

Así, se propone de una manera cercana y atractiva diversas dinámicas repartidas en diferentes bloques relacionados con la temática “redes sociales”.

- **Bloque 1. Iniciación:**

- Realizar lluvia de ideas sobre el conocimiento que tienen sobre el concepto de redes sociales, apuntarlas en la pizarra y sacar conclusiones.
- Conocer las redes más utilizadas (Instagram y Facebook) buscando e indagando los elementos y recursos disponibles en las mismas, así como los servicios que ofrecen.
- Dinámica: Los alumnos visualizarán el siguiente vídeo <https://goo.gl/5wgISF> (que refleja cómo un adivino sorprende a un grupo de personas con los detalles que conoce sobre sus vidas privadas. Termina mostrando lo peligroso que resulta la divulgación de información en las redes sociales). Después, se les pasará una copia de la política de privacidad de la red Facebook por grupos, la cual tendrán que leer y destacar aquellos contenidos que no conocían, para posteriormente, establecer una lista de aspectos a tener en cuenta antes de registrarse en una red social.

- **Bloque 2. Riesgos:**

- Conocer los aspectos positivos y negativos de compartir información personal a través de las redes sociales.

-Saber los riesgos que pueden surgir en la red y establecer pautas de actuación ante esas situaciones de riesgo.

-Dinámica: Dividir la clase por grupos y repartir a cada grupo dos folios doblados en forma de abanico. En cada uno de los pliegues del folio, cada estudiante debe escribir un aspecto positivo y, en el otro folio, un aspecto negativo sobre compartir información personal en la red. Cuando termine el último alumno de cada grupo, todos tendrán una lista de diferentes aspectos tanto positivos como negativos. Estas listas serán puestas en común con el resto de compañeros y entre todos crearán un documento final de aspectos positivos y negativos en relación a compartir datos privados en las diversas redes sociales.

-Dinámica: Los alumnos, por grupos, visualizarán unos vídeos de los que sacarán sus propias conclusiones. Los estudiantes deberán ponerlas en común y, posteriormente, se realizará un debate sobre qué es lo que ellos harían si se encontraran en esas situaciones de riesgo (<https://goo.gl/kjZ1ml>, vídeo sobre el ciberacoso; <https://goo.gl/mYYpmk>, vídeo que trata el grooming; <https://goo.gl/UEe1oI>, vídeo que nos muestra el robo de identidad; <https://goo.gl/cM2CJy>, vídeo que nos enseña la adicción a las redes sociales).

- **Bloque 3. Seguridad y privacidad:**

-Tomar conciencia sobre la protección de datos dentro de la red, conocer qué contenidos son apropiados publicar y qué configuración de privacidad es la más adecuada.

-Dinámica: Primero, se realizará un sondeo sobre qué datos, imágenes y contenidos divultan en las redes sociales. A continuación, se les pondrá un vídeo <https://goo.gl/iIqnyk> (que trata la realidad de las redes sociales y el peligro que existe en las mismas) para que los alumnos vean la realidad de la situación y puedan apuntar lo que más les ha sorprendido, lo que no sabían, etc. Cada alumno irá exponiendo sus anotaciones y su opinión personal terminando con un gran debate final en el que se apuntará una lista de actuaciones y precauciones que se deben tener en cuenta a la hora de proteger los datos personales en la red.

Por último, en cuanto a la evaluación de este plan, señalar que para comprobar que han conseguido los objetivos propuestos, realizaríamos un cuestionario de satisfacción que les pasaríamos a los estudiantes al finalizar el mismo.

## 9. REFERENCIAS DOCUMENTALES

---

- Álvarez, G. (2009). *Cómo protegernos de los peligros de Internet*. Madrid: Consejo superior de investigaciones científicas.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Sexta edición. Caracas: Episteme.
- Boyd, D. M., y Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1).
- Cadena, J. y Romero, L. (2012). Las redes sociales: ¿privacidad al descubierto?. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, (17). Recuperado de <http://goo.gl/kmN2zP>
- Calvo, M., Y Rojas, C. (2009). *Networking: Uso práctico de las redes sociales*. Madrid: ESIC.
- Echeburúa, E., y Requesens, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes. Guía para educadores*. Madrid: Pirámide.
- Fernández, C.I. (2011, 13 de julio). El acoso telemático en menores: Ciberacoso y grooming. *Revista Psicología Científica.com*, 12(13). Recuperado de <http://goo.gl/4xJHDT>
- Ferro, J.M. (2014). *Cyberinvestigación*. Valencia: Autoediciones Tagus.
- Fundación Telefónica. (2015). *La Sociedad de la Información en España 2014*. Madrid: Ariel.
- Gallego, J. C. (2014). *Operaciones auxiliares para la configuración y la explotación*. Madrid: Editex.
- Garcés, P. y Ramos, A. (2011). Jóvenes consumidores y redes sociales en Castilla-La Mancha. *Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales (Castilla-La Mancha)*. Recuperado de <http://goo.gl/jv36QK>
- INJUVE. (2011). *Estudio de Juventud 152: Cifras jóvenes. Sondeos de opinión. Tablas de resultados. Jóvenes y TIC*. Recuperado de <http://goo.gl/0eKXfT>
- Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO) y la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD). (2009). *Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online*. Recuperado de <https://goo.gl/Dr2uJC>
- Oliva, C. (2012). Redes Sociales y jóvenes: una intimidad cuestionada en Internet. *Aposta, revista de ciencias sociales*, 3(54), 1-16. Recuperado de <http://goo.gl/lPAfPZ>

- Pavón, M. J. (2012). *Beneficios rápidos de las redes sociales*. Recuperado de <https://goo.gl/zpFmHh>
- Pedra, M. (3 de septiembre de 2014). Cómo darse de baja de los principales servicios online (Mensaje de un blog). Recuperado de <http://goo.gl/3MJreQ>
- Peña, R. (2012). *Cómo enseñar utilizando las redes sociales*. Tarragona: Altaria.
- Peraza, F. y Ambrosoli, C. (13 de abril de 2015). Detectan en internet un caso de bullying en Los Realejos. *Antena3canarias*. Recuperado de <http://goo.gl/5XnWMa>
- Pérez, M.J. (2013, 24 de junio). ¿Cuáles es la edad recomendada para usar las redes sociales? *ABC.es*. Recuperado de <http://goo.gl/8IhVZO>
- Piñar, J.L. (2011). El derecho fundamental a la protección de datos y la privacidad de los menores en las redes sociales. En J.L. Piñar (Ed.), *Redes sociales y privacidad del menor* (pp. 61-84). Madrid: Reus.
- Purita, G. (2015). OBS SOCIAL 2015: Análisis de las Tendencias de uso y participación en las redes sociales a nivel Mundial en España. *Management the New Way. Online Business School*. Recuperado de <http://goo.gl/UacIPN>
- Sobrado, L., y Ceinos, C. (2011). *Tecnologías de la información y comunicación: uso en orientación profesional y en la formación*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Solano, M., y Viñarás, M. (2013). *Las nuevas tecnologías en la familia y la educación: retos y riesgos de una realidad inevitable*. Madrid: CEU.
- Urra, J. (2015). *El pequeño dictador crece: Padres e hijos en conflicto*. Madrid: La esfera de los libros.

## 10. ANEXOS

### 10.1. ANEXO 1: Declaración de derechos y responsabilidades: Red Social Facebook

#### **Declaración de derechos y responsabilidades**

Esta Declaración de derechos y responsabilidades (en lo sucesivo, "Declaración", "Condiciones" o "DDR") tiene su origen en los Principios de Facebook y contiene las condiciones de servicio que rigen nuestra relación con los usuarios y con todos aquellos que interactúan con Facebook, así como con las marcas, los productos y los servicios de Facebook, que se denominan "servicios de Facebook" o "servicios". Al usar los servicios de Facebook o al acceder a estos, muestras tu conformidad con esta declaración, que se actualiza periódicamente según se estipula en la sección 13 que figura más adelante. Al final de este documento también encontrarás otros recursos que te ayudarán a comprender cómo funciona Facebook.

Puesto que Facebook ofrece una amplia gama de servicios, es posible que te pidamos que leas y aceptes condiciones complementarias aplicables a tu interacción con una aplicación, un producto o un servicio determinados. En caso de que esas condiciones complementarias entren en conflicto con esta DDR, las condiciones complementarias asociadas con la aplicación, el producto o el servicio prevalecerán en lo referente al uso de tales aplicaciones, productos o servicios en caso de conflicto.

#### **1. Privacidad**

Tu privacidad es muy importante para nosotros. Hemos diseñado nuestra Política de datos para ayudarte a comprender cómo puedes utilizar Facebook para compartir contenido con otras personas y cómo recopilamos y podemos utilizar tu contenido e información. Te animamos a que leas nuestra Política de datos y a que la utilices con el fin de poder tomar decisiones fundamentadas.

#### **2. Compartir el contenido y la información**

Eres el propietario de todo el contenido y la información que publicas en Facebook, y puedes controlar cómo se comparte a través de la configuración de la privacidad y de las aplicaciones. Además:

1. Con relación al contenido protegido por derechos de propiedad intelectual, como fotografías y vídeos (en lo sucesivo, "contenido de PI"), nos concedes específicamente el siguiente permiso, de acuerdo con la configuración de la privacidad y las aplicaciones: nos concedes una licencia no exclusiva,

transferible, con derechos de sublicencia, libre de derechos de autor, aplicable globalmente, para utilizar cualquier contenido de PI que pubiques en Facebook o en conexión con Facebook (en adelante, "licencia de PI"). Esta licencia de PI finaliza cuando eliminas tu contenido de PI o tu cuenta, salvo si el contenido se ha compartido con terceros y estos no lo han eliminado.

2. Cuando eliminas contenido de PI, este se borra de forma similar a cuando vacías la papelera o papelera de reciclaje de tu equipo. No obstante, entiendes que es posible que el contenido eliminado permanezca en copias de seguridad durante un plazo de tiempo razonable (si bien no estará disponible para terceros).
3. Cuando utilizas una aplicación, esta puede solicitarte permiso para acceder a tu contenido e información y al contenido e información que otros han compartido contigo. Exigimos que las aplicaciones respeten tu privacidad; tu acuerdo con esa aplicación controlará el modo en el que la aplicación use, almacene y transfiera dicho contenido e información. (Para obtener más información sobre la plataforma, incluido cómo controlar la información que otras personas pueden compartir con las aplicaciones, lee nuestra Política de datos y la página de la plataforma).
4. Cuando publicas contenido o información con la configuración "Público", significa que permites que todos, incluidas las personas que son ajenas a Facebook, accedan y usen dicha información y la asocien a ti (es decir, tu nombre y foto del perfil).

Siempre valoramos tus comentarios o sugerencias acerca de Facebook, pero debes entender que podríamos utilizarlos sin obligación de compensarte por ello (del mismo modo que tú no tienes obligación de ofrecerlos).

### **3. Seguridad**

Hacemos todo lo posible para hacer que Facebook sea un sitio seguro, pero no podemos garantizarlo. Necesitamos tu ayuda para que así sea, lo que implica los siguientes compromisos de tu parte:

1. No publicarás comunicaciones comerciales no autorizadas (como correo no deseado, "spam") en Facebook.
2. No recopilarás información o contenido de otros usuarios ni accederás a Facebook utilizando medios automáticos (como harvesting bots, robots, arañas o scrapers) sin nuestro permiso previo.

3. No participarás en marketing multinivel ilegal, como el de tipo piramidal, en Facebook.
4. No subirás virus ni código malicioso de ningún tipo.
5. No solicitarás información de inicio de sesión ni accederás a una cuenta perteneciente a otro usuario.
6. No molestarás, intimidarás ni acosarás a ningún usuario.
7. No publicarás contenido que contenga lenguaje ofensivo, resulte intimidatorio o pornográfico, que incite a la violencia o que contenga desnudos o violencia gráfica o injustificada.
8. No desarrollarás ni harás uso de aplicaciones de terceros que contengan, publiciten o promocionen de cualquier otro modo contenido relacionado con el consumo de alcohol o las citas, o bien dirigido a público adulto (incluidos los anuncios) sin las restricciones de edad apropiadas.
9. No utilizarás Facebook para actos ilícitos, engañosos, malintencionados o discriminatorios.
10. No realizarás ninguna acción que pudiera inhabilitar, sobrecargar o afectar al funcionamiento correcto o al aspecto de Facebook, como, por ejemplo, un ataque de denegación de servicio o la alteración de la presentación de páginas u otra funcionalidad de Facebook.
11. No facilitarás ni fomentarás el incumplimiento de esta Declaración o nuestras políticas.

#### **4. Seguridad de la cuenta y registro**

Los usuarios de Facebook proporcionan sus nombres e información reales y necesitamos tu colaboración para que siga siendo así. Estos son algunos de los compromisos que aceptas en relación con el registro y mantenimiento de la seguridad de tu cuenta:

1. No proporcionarás información personal falsa en Facebook, ni crearás una cuenta para otras personas sin su autorización.
2. No crearás más de una cuenta personal.
3. Si inhabilitamos tu cuenta, no crearás otra sin nuestro permiso.
4. No utilizarás tu biografía personal para tu propio beneficio comercial, sino que para ello te servirás de una página de Facebook.
5. No utilizarás Facebook si eres menor de 13 años.
6. No utilizarás Facebook si has sido declarado culpable de un delito sexual.

7. Mantendrás la información de contacto exacta y actualizada.
8. No compartirás tu contraseña (o en el caso de los desarrolladores, tu clave secreta), no dejarás que otra persona acceda a tu cuenta, ni harás nada que pueda poner en peligro la seguridad de tu cuenta.
9. No transferirás la cuenta (incluida cualquier página o aplicación que administres) a nadie sin nuestro consentimiento previo por escrito.
10. Si seleccionas un nombre de usuario o identificador similar para tu cuenta o página, nos reservamos el derecho de eliminarlo o reclamarlo si lo consideramos oportuno (por ejemplo, si el propietario de una marca comercial se queja por un nombre de usuario que no esté estrechamente relacionado con el nombre real del usuario).

## **5. Protección de los derechos de otras personas**

Respetamos los derechos de otras personas y esperamos que tú hagas lo mismo.

1. No publicarás contenido ni realizarás ninguna acción en Facebook que infrinja o vulnere los derechos de terceros o que vulnere la ley de algún modo.
2. Podemos retirar cualquier contenido o información que publique en Facebook si consideramos que infringe esta Declaración o nuestras políticas.
3. Te proporcionamos las herramientas necesarias para ayudarte a proteger tus derechos de propiedad intelectual. Para obtener más información, visita nuestra página Cómo informar de presuntas infracciones de los derechos de propiedad intelectual.
4. Si retiramos tu contenido debido a una infracción de los derechos de autor de otra persona y consideras que ha sido un error, tendrás la posibilidad de apelar.
5. Si infringes repetidamente los derechos de propiedad intelectual de otras personas, desactivaremos tu cuenta cuando lo estimemos oportuno.
6. No podrás utilizar nuestros derechos de autor ni nuestras Marcas comerciales, ni tampoco ninguna marca que se parezca a las nuestras y cuya semejanza pueda dar lugar a confusiones, excepto en los términos que lo permitan nuestras Normas de uso de las marcas de forma expresa o a menos que recibas consentimiento previo por escrito de Facebook.
7. Si recopilas información de usuarios: deberás obtener su consentimiento previo, dejar claro que eres tú (y no Facebook) quien recopila la información y publicar una política de privacidad que explique qué datos recopilas y cómo los usarás.

8. No publicarás los documentos de identificación ni información financiera de nadie en Facebook.
9. No etiquetarás a los usuarios ni enviarás invitaciones de correo electrónico a quienes no sean usuarios sin su consentimiento. Facebook ofrece herramientas de denuncia social para que los usuarios puedan hacernos llegar sus opiniones sobre el etiquetado.

## **6. Dispositivos móviles y de otros tipos**

1. Actualmente ofrecemos nuestros servicios para dispositivos móviles de forma gratuita pero ten en cuenta que se aplicarán las tarifas normales de tu operadora, por ejemplo, para mensajes de texto y datos.
2. En caso de que cambies o desactives tu número de teléfono móvil, actualizarás la información de tu cuenta de Facebook en un plazo de 48 horas para garantizar que los mensajes no se le envíen por error a la persona que pudiera adquirir tu antiguo número.
3. Proporcionas tu consentimiento y todos los derechos necesarios para permitir que los usuarios sincronicen (incluso a través de una aplicación) sus dispositivos con cualquier información que puedan ver en Facebook.

## **7. Pagos**

Si realizas un pago en Facebook, aceptas nuestras Condiciones de pago, a menos que se especifique que se aplican otras condiciones.

## **8. Disposiciones especiales aplicables a desarrolladores u operadores de aplicaciones y sitios web**

Si eres desarrollador u operador de una aplicación de la Plataforma o de un sitio web o si usas plug-ins sociales, debes cumplir las Normas de la plataforma de Facebook.

## **9. Acerca de los anuncios u otro contenido comercial servido u optimizado por Facebook**

Nuestro objetivo es ofrecer anuncios y otro contenido comercial o patrocinado que sea valioso para nuestros usuarios y anunciantes. Para ayudarnos a lograrlo, aceptas lo siguiente:

1. Nos concedes permiso para usar tu nombre, foto del perfil, contenido e información en relación con contenido comercial, patrocinado o relacionado (como una marca que te guste) que sirvamos o mejoremos. Esto significa, por ejemplo, que permites que una empresa u otra entidad nos pague por mostrar tu nombre y/o foto del perfil con tu contenido o información sin que recibas

ninguna compensación por ello. Si has seleccionado un público específico para tu contenido o información, respetaremos tu elección cuando lo usemos.

2. No proporcionamos tu contenido o información a anunciantes sin tu consentimiento.
3. Entiendes que es posible que no siempre identifiquemos las comunicaciones y los servicios de pago como tales.

## **10. Disposiciones especiales aplicables a anunciantes**

Si utilizas nuestras interfaces de creación de publicidad de autoservicio para crear, enviar o entregar anuncios u otras actividades o contenido comerciales o patrocinados (denominados de manera conjunta "interfaces de anuncios de autoservicio"), aceptas nuestras Condiciones de anuncios de autoservicio. Además, tus anuncios u otras actividades o contenido comerciales o patrocinados ubicados en Facebook o en nuestra red de editores deberán cumplir nuestras Normas de la publicidad.

## **11. Disposiciones especiales aplicables a páginas**

Si creas o administras una página de Facebook, organizas una promoción o pones en circulación una oferta desde tu página, aceptas nuestras Condiciones de las páginas.

## **12. Disposiciones especiales aplicables al software**

1. Si descargas o utilizas nuestro software, como un producto de software independiente, una aplicación o un plug-in para el navegador, aceptas que, periódicamente, el software puede descargar e instalar mejoras, actualizaciones y funciones adicionales a fin de mejorarlo y desarrollarlo.
2. No modificarás nuestro código fuente ni llevarás a cabo con él trabajos derivados, como descompilar o intentar de algún otro modo extraer dicho código fuente, excepto en los casos permitidos expresamente por una licencia de código abierto o si te damos nuestro consentimiento expreso por escrito.

## **13. Enmiendas**

1. Te avisaremos antes de realizar cambios importantes en estas condiciones y te daremos la oportunidad de revisar y hacer comentarios sobre las condiciones revisadas antes de que continúes utilizando nuestros Servicios.
2. Si realizamos cambios en las políticas, normas u otras condiciones a las que haga referencia esta declaración o que estén incorporadas en ella, podemos indicarlo en la página Facebook Site Governance.

3. Tu uso continuado de los servicios de Facebook, una vez notificados los cambios de nuestras condiciones, políticas o normas, supondrá tu aceptación de las condiciones, políticas o normas modificadas.

#### **14. Terminación**

Si infringes la forma o el fondo de esta Declaración, creas riesgos de cualquier tipo para Facebook o nos expones a posibles responsabilidades jurídicas, podríamos impedirte el acceso a Facebook total o parcialmente. Te notificaremos por correo electrónico o la próxima vez que intentes acceder a tu cuenta. También puedes eliminar tu cuenta o desactivar tu aplicación en cualquier momento. En tales casos, esta Declaración cesará, pero las siguientes disposiciones continuarán vigentes: 2.2, 2.4, 3-5, 9.3 y 14-18.

#### **15. Conflictos**

1. Resolverás cualquier demanda, causa de acción o conflicto (colectivamente, "demanda") que tengas con nosotros surgida de o relacionada con la presente Declaración o con Facebook únicamente en el tribunal del Distrito Norte de California o en un tribunal estatal del Condado de San Mateo, y aceptas que sean dichos tribunales los competentes a la hora de resolver los litigios de dichos conflictos. Las leyes del estado de California rigen esta Declaración, así como cualquier demanda que pudiera surgir entre tú y nosotros, independientemente de las disposiciones sobre conflictos de leyes.
2. Si alguien interpone una demanda contra nosotros relacionada con tus acciones, tu contenido o tu información en Facebook, nos indemnizarás y nos librarás de la responsabilidad por todos los posibles daños, pérdidas y gastos de cualquier tipo (incluidas las costas y tasas procesales razonables) relacionados con dicha demanda. Aunque proporcionamos normas para la conducta de los usuarios, no controlamos ni dirigimos sus acciones en Facebook y no somos responsables del contenido o la información que los usuarios transmitan o compartan en Facebook. No somos responsables de ningún contenido que se considere ofensivo, inapropiado, obsceno, ilegal o inaceptable que puedas encontrar en Facebook. No nos hacemos responsables de la conducta de ningún usuario de Facebook, ya sea en internet o en otros medios.
3. INTENTAMOS MANTENER FACEBOOK EN FUNCIONAMIENTO, SIN ERRORES Y SEGURO, PERO LO UTILIZAS BAJO TU PROPIA RESPONSABILIDAD. PROPORCIONAMOS FACEBOOK TAL CUAL, SIN GARANTÍA ALGUNA EXPRESA O IMPLÍCITA, INCLUIDAS, ENTRE

OTRAS, LAS GARANTÍAS DE COMERCIABILIDAD, ADECUACIÓN A UN FIN PARTICULAR Y NO INCUMPLIMIENTO. NO GARANTIZAMOS QUE FACEBOOK SEA SIEMPRE SEGURO O ESTÉ LIBRE DE ERRORES, NI QUE FUNCIONE SIEMPRE SIN INTERRUPCIONES, RETRASOS O IMPERFECCIONES. FACEBOOK NO SE RESPONSABILIZA DE LAS ACCIONES, EL CONTENIDO, LA INFORMACIÓN O LOS DATOS DE TERCEROS Y POR LA PRESENTE NOS DISPENSAS A NOSOTROS, NUESTROS DIRECTIVOS, EMPLEADOS Y AGENTES DE CUALQUIER DEMANDA O DAÑOS, CONOCIDOS O DESCONOCIDOS, DERIVADOS DE O DE ALGÚN MODO RELACIONADOS CON CUALQUIER DEMANDA QUE TENGAS INTERPUESTA CONTRA TALES TERCEROS. SI ERES RESIDENTE EN CALIFORNIA, NO SE TE APLICA EL CÓDIGO CIVIL DE CALIFORNIA §1542, SEGÚN EL CUAL: UNA DISPENSACIÓN GENERAL NO INCLUYE LAS DEMANDAS QUE EL ACREDITADOR DESCONOCE O NO SOSPECHA QUE EXISTEN EN SU FAVOR EN EL MOMENTO DE LA EJECUCIÓN DE LA RENUNCIA, LA CUAL, SI FUERA CONOCIDA POR ÉL, DEBERÁ HABER AFECTADO MATERIALMENTE A SU RELACIÓN CON EL DEUDOR. NO SEREMOS RESPONSABLES DE NINGUNA PÉRDIDA DE BENEFICIOS, ASÍ COMO DE OTROS DAÑOS RESULTANTES, ESPECIALES, INDIRECTOS O INCIDENTALES DERIVADOS DE O RELACIONADOS CON ESTA DECLARACIÓN DE FACEBOOK, INCLUSO EN EL CASO DE QUE SE HAYA AVISADO DE LA POSIBILIDAD DE QUE SE PRODUZCAN DICHOS DAÑOS. NUESTRA RESPONSABILIDAD CONJUNTA DERIVADA DE LA PRESENTE DECLARACIÓN O DE FACEBOOK NO PODRÁ SOBREPASAR LA CANTIDAD MAYOR DE CIEN DÓLARES (100 USD) O EL IMPORTE QUE NOS HAYAS PAGADO EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES. LAS LEYES APLICABLES PODRÍAN NO PERMITIR LA LIMITACIÓN O EXCLUSIÓN DE RESPONSABILIDAD POR DAÑOS INCIDENTALES O DERIVADOS, POR LO QUE LA LIMITACIÓN O EXCLUSIÓN ANTERIOR PODRÍA NO SER APLICABLE EN TU CASO. EN TALES CASOS, LA RESPONSABILIDAD DE FACEBOOK SE LIMITARÁ AL GRADO MÁXIMO PERMITIDO POR LA LEY APLICABLE.

## **16. Disposiciones especiales aplicables a usuarios que no residan en Estados Unidos**

Nos esforzamos por crear una comunidad global con normas coherentes para todos, pero también por respetar la legislación local. Las siguientes disposiciones se aplicarán a los usuarios y a las personas que no sean usuarias de Facebook que se encuentran fuera de Estados Unidos:

1. Das tu consentimiento para que tus datos personales sean transferidos y procesados en Estados Unidos.
2. Si te encuentras en un país bajo el embargo de Estados Unidos o que forme parte de la lista SDN (Specially Designated Nationals, Nacionales especialmente designados) del Departamento del Tesoro de Estados Unidos, no participarás en actividades comerciales en Facebook (como publicidad o pago) ni utilizarás una aplicación o sitio web de la Plataforma. No utilizarás Facebook si se te ha prohibido recibir productos, servicios o software procedente de Estados Unidos.
3. Las condiciones aplicables específicamente a los usuarios de Facebook en Alemania están disponibles aquí.

## **17. Definiciones**

1. Con "Facebook" o "Servicios de Facebook" hacemos referencia a las funciones y los servicios que están disponibles, incluso a través de (a) nuestro sitio web en [www.facebook.com](http://www.facebook.com) y cualquier otro sitio web con la marca Facebook o con otra marca compartida (incluidos subdominios, versiones internacionales, widgets y versiones móviles); (b) nuestra plataforma; (c) plug-ins sociales como el botón "Me gusta", el botón "Compartir" y otras propuestas similares; y (d) otros soportes, marcas, productos, servicios, software (como una barra de herramientas), dispositivos o redes existentes o que se desarrollen en un futuro. Facebook se reserva el derecho de decidir, según su propio criterio, que determinadas marcas, productos o servicios estén sujetos a condiciones independientes y no a esta DDR.
2. El término "Plataforma" se refiere al conjunto de API y servicios (como el contenido) que permiten que otras personas, incluidos los desarrolladores de aplicaciones y los operadores de sitios web, obtengan datos de Facebook o nos los proporcionen a nosotros.
3. El término "información" se refiere a los hechos y otra información sobre ti, incluidas las acciones que realizan los usuarios y las personas que, sin ser usuarios, interactúan con Facebook.

4. El término "contenido" se refiere a cualquier información que tú u otros usuarios publiquéis, proporcionéis o compartáis utilizando los Servicios de Facebook.
5. El término "datos" o "datos de usuario" se refiere a los datos, incluidos el contenido o la información de un usuario, que otros pueden obtener de Facebook o proporcionar a Facebook a través de la plataforma.
6. El término "publicar" significa publicar en Facebook o proporcionar contenido de otro modo mediante Facebook.
7. Por "usar" se entiende utilizar, ejecutar, copiar, reproducir o mostrar públicamente, distribuir, modificar, traducir y crear obras derivadas.
8. El término "aplicación" significa cualquier aplicación o sitio web que usa la Plataforma o accede a ella, así como cualquier otro componente que recibe o ha recibido datos de parte nuestra. Si ya no accedes a la Plataforma pero no has eliminado todos los datos que te hemos proporcionado, el término "aplicación" continuará siendo válido hasta que los elimines.
9. Con "Marcas comerciales" nos referimos a la lista de marcas comerciales que se indican aquí.

## **18. Otras disposiciones**

1. Si resides o tienes tu sede de actividad comercial principal en EE. UU. o Canadá, esta Declaración constituye el acuerdo entre Facebook, Inc y tú. De lo contrario, esta Declaración constituye el acuerdo entre Facebook Ireland Limited y tú. Las menciones a "nosotros", "nos" y "nuestro" se refieren a Facebook, Inc. o Facebook Ireland Limited, según corresponda.
2. Esta Declaración constituye el acuerdo completo entre las partes en relación con Facebook y sustituye a cualquier acuerdo previo.
3. Si alguna parte de esta Declaración no puede hacerse cumplir, la parte restante seguirá teniendo pleno efecto y validez.
4. Si no cumpliéramos alguna parte de esta Declaración, no se considerará una exención.
5. Cualquier corrección a o exención de esta Declaración deberá hacerse por escrito y estar firmada por nosotros.
6. No transferirás ninguno de tus derechos u obligaciones en virtud de esta Declaración a ningún tercero sin nuestro consentimiento.

7. Todos nuestros derechos y obligaciones según esta Declaración son asignables libremente por nosotros en relación con una fusión, adquisición o venta de activos o por efecto de ley o de algún otro modo.
8. Nada de lo dispuesto en esta Declaración nos impedirá cumplir la ley.
9. Esta Declaración no otorga derechos de beneficiario a ningún tercero.
10. Nos reservamos todos los derechos que no te hayamos concedido de forma expresa.
11. Cuando accedas a Facebook o lo uses deberás cumplir todas las leyes aplicables.

**Al utilizar los Servicios de Facebook o al acceder a estos, nos autorizas para recopilar y utilizar dicho contenido e información según la Política de datos y sus correcciones periódicas. Puede que también te interese consultar los siguientes documentos, ya que contienen información adicional sobre el uso de Facebook:**

- Condiciones de pago: estas condiciones adicionales se aplican a todos los pagos que se realicen a través de Facebook, a menos que se indique que se aplican otras condiciones.
- Página de la plataforma: esta página te ayudará a comprender mejor lo que ocurre al añadir una aplicación de terceros o al utilizar Facebook Connect, incluido el modo en el que pueden acceder a tus datos y utilizarlos.
- Normas de la plataforma de Facebook: estas normas describen las políticas que se aplican a las aplicaciones, incluidos los sitios de Connect.
- Normas de la publicidad: estas normas describen las políticas que se aplican a los anuncios que se publican en Facebook.
- Condiciones de publicidad de autoservicio: estas condiciones se aplican cuando utilices interfaces de anuncios de autoservicio para crear, enviar o entregar anuncios u otras actividades o contenido comerciales o patrocinados.
- Normas de las promociones: estas normas describen las políticas que se aplican si ofreces concursos, apuestas y otros tipos de promociones a través de Facebook.
- Recursos relacionados con la marca de Facebook: estas normas describen las políticas que se aplican a las marcas comerciales, logotipos y capturas de pantalla de Facebook.
- Cómo informar de presuntas infracciones de los derechos de propiedad intelectual
- Condiciones de las páginas: estas normas se aplican al uso que realizas de las páginas de Facebook.

- Normas comunitarias: estas normas describen nuestras expectativas en relación con el contenido que publicas en Facebook y con tu actividad en Facebook.

Para acceder a la Declaración de derechos y responsabilidades en otros idiomas, cambia el idioma de tu sesión de Facebook haciendo clic en el enlace situado en la esquina inferior izquierda de la mayoría de las páginas del sitio. Si la declaración no está disponible en el idioma que elijas, se te mostrará la versión en inglés como opción predeterminada.

## **10.2. ANEXO 2: Cuestionario al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria**

Mi nombre es Sheila Morán Zamora y esta investigación forma parte de mi Trabajo Fin de Máster que se enmarca dentro de la Especialidad de Orientación Educativa del Máster de profesorado de Educación Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional, Enseñanzas de Idiomas, Artísticas y Deportivas.

Dentro de la investigación, esta encuesta se realiza para conocer el uso que hacen los adolescentes de edades comprendidas entre 14 y 16 años de las redes sociales.

La información que nos proporciones es de carácter anónimo y es muy importante para el estudio que estamos realizando. ¡Agradecemos de antemano tu colaboración!

El cuestionario contiene 34 preguntas, los datos aportados son de carácter confidencial y serán tratados exclusivamente para los fines de este estudio. Por lo tanto, no hay respuestas buenas ni malas, se requiere sinceridad y se agradece el esfuerzo por responder a todas las preguntas planteadas.

1. Edad (años cumplidos)
2. Sexo:
  - Hombre
  - Mujer
3. Curso en el que te encuentras:
  - 3º E.SO.
  - 4ºE.SO.
4. ¿Estás registrado/a en alguna red social?
5. ¿Eres usuario de alguna de las siguientes redes sociales? Puedes marcar más de una
  - Facebook
  - Twitter
  - MySpace
  - Tuenti
  - Badoo
  - Instagram
  - Otras ¿Cuáles?
6. ¿Qué te animó a darte de alta en la red social?

7. ¿Conoces lo que supone estar inscrito/a en una red social?
8. Para inscribirte en una red social aceptaste la política de privacidad, pero
  - ¿leíste realmente el texto sobre política de privacidad que aparece en la pantalla antes de aceptar?
  - ¿entendiste lo que decía?
    - ¿Puedes especificar algo de lo que se dice en la misma?
9. ¿Para qué y por qué utilizas las redes sociales?
  - Para ti, ser usuario de una red social, significa: (puedes marcar más de una opción)
    - Tener un sitio personal
    - Aumentar mi grupo de amigos
    - Estar al día de diversas informaciones de mis amigos
    - Estar en un grupo y conocer gente nueva
    - Enterarme de eventos y novedades
    - Organizar reuniones
    - Comunicar mis propias informaciones: opiniones, sentimientos, noticias personales,...
    - Otros ¿Cuáles?
10. ¿Cuántas horas al día te conectas a una red social para escribir, compartir o subir imágenes, informarte de lo que hacen los demás...?
  - Menos de una hora al día
  - Entre una y dos horas al día
  - Entre dos y tres horas al día
  - Más de tres horas al día
11. ¿Qué es lo que sueles hacer en la red social?
  - Subir imágenes, vídeos, música
  - Compartir imágenes y videos de otros
  - Dejar comentarios en el sitio de otras personas
  - Informar de lo que haces
  - Chatear por privado con amigos
  - Conocer a otras personas
  - Reencontrarte o mantener el contacto con gente que hace mucho que no ves
  - Agregarte a grupos de actividades, series, programas...

- Otros ¿Cuáles?

12. Para ti, actualizar tu perfil es:

- Muy importante
- Bastante importante
- Poco importante
- Nada importante
  - o ¿Por qué?

13. Publicas en tu red:

- 10 o más veces al día
- Entre 5 y 10 veces al día
- Entre 3 y 5 veces al día
- Menos de 3 veces al día
  - o ¿Qué publicas?

14. ¿Cuándo te conectas a una red social desde qué lugar lo haces?

- Casa
- Instituto
- Otros ¿Cuáles?

15. ¿Cuándo te conectas a una red social desde qué medio lo haces?

- Teléfono móvil propio
- PC propio
- PC de tus padres
- Tableta propia
- Tableta de tus padres
- PC de lugares públicos
- Otros dispositivos ¿Cuáles?

16. En tu opinión, ¿qué tipo de información personal muestras en la red?

17. ¿Qué pretendes cuando ofreces datos personales a gente que conoces en la red?

18. En la red compartes, imágenes, mensajes, con un determinado grupo: tus amigos/as, familiares, con todos/as, pero además de compartirla con ese grupo, ¿sabes si estás cediendo esa información a alguna otra persona?

- o ¿Conoces los riesgos de ceder esa información públicamente?

19. En caso de darte de baja de esa red social en la que estás inscrito, ¿sabes qué ocurre con la información que habías compartido en ese espacio?

20. ¿Cuántos perfiles tienes en una red social?

- Uno
- Dos
- Más de dos

21. ¿Alguna vez has fingido ser una persona diferente a la que eres en realidad en una red social? ¿Para qué?

22. ¿Cómo está definido tu estado de perfil?

- Privado, para que sólo mis amigos puedan verlo.
- Parcialmente privado, para que puedan verlo amigos de amigos en mi red.
- Público, para que todo el mundo pueda verlo.
- No lo sé.

23. ¿Qué elementos están en tu perfil? Puedes marcar más de uno

- Una foto que muestra tu cara de forma clara.
- Tu nombre y apellidos.
- Un nombre diferente o apodo.
- Una imagen que no refleja tu identidad.
- Tu edad real.
- Una edad que no es la edad realmente que tienes.
- El colegio al que fuiste.
- El instituto al que vas.
- Tu dirección.
- Tu número de teléfono.
- Otros datos sobre ti que no son reales.
- Otros aspectos ¿Cuáles?

24. ¿Qué tipo de personas tienes agregadas en la red social?

- Amigos cercanos
- Compañeros de clase
- Compañeros de actividades fuera del instituto
- Amigos de amigos
- Conocidos
- Familiares

- Profesores
  - Otros ¿Cuáles?
25. ¿Tienes una persona agregada con la que no tengas una buena relación?
26. Debido a una mala relación, ¿has bloqueado a alguien la entrada de tu perfil?
27. ¿Has quedado alguna vez con una persona que conociste a través de las redes sociales?
28. Si has respondido afirmativamente,
- ¿Qué precauciones tomaste para quedar con alguien que conociste en la red social?
- Quedar en un lugar público
  - Quedar con más gente
  - Otras ¿Cuáles?
    - ¿Le diste datos de carácter privado o información personal acerca de ti?
    - ¿Cuáles?
29. ¿Te has sentido alguna vez incómodo/a o enfadado/a por algún comentario o foto tuya que alguien ha publicado sobre ti?
- ¿Qué has hecho al respecto?
  - ¿Has denunciado vía red social la foto para que esa persona la eliminara?
30. Cuando has subido datos personales de otras personas (fotografías, comentarios...) ¿tenías su autorización?
31. ¿Has recibido algún comentario (público o privado) en tono desagradable?
- ¿Qué hiciste al respecto?
32. ¿Las redes sociales te han ayudado a relacionarte mejor?
- ¿Has conocido a otras personas que después han llegado a ser tus amigos?
33. ¿Ha ido alguna vez la policía, la guardia civil o algún experto a dar una charla para advertirte de lo importante que es proteger tus datos personales en las redes sociales? ¿De qué te advirtieron?
34. ¿Has recibido consejo alguna vez sobre cómo usar las redes sociales de forma segura? ¿Te han parecido útiles o interesantes estos consejos?