

LA ASUNCIÓN DE LOS PELIGROS RELACIONADOS CON LA PRIVACIDAD EN INTERNET Y EN LAS REDES SOCIALES POR PARTE DE LOS UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES. ESTUDIO DE CASO APLICADO A UN GRUPO DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

PERCEPTION OF DANGERS RELATED TO PRIVACY ON THE WEB AND SOCIAL NETWORKS BY SPANISH UNIVERSITY STUDENTS. THE CASE STUDY OF THE UNIVERSITY OF SALAMANCA

FRANCISCO JAVIER HERRERO GUTIÉRREZ | HILARIO JOSÉ ROMERO BEJARANO *
javiherrero82@usal.es | hromero83@hotmail.es

Universidad de Salamanca
y Universidad de Sevilla

Resumen: Este artículo recoge los datos de un experimento efectuado a un grupo de estudiantes de la Universidad de Salamanca. Los objetivos están centrados en indagar sobre diversas variables relacionadas con la información publicada en las redes sociales, la posible vulnerabilidad de los usuarios así como el grado de conciencia de los posibles peligros. A partir de un experimento en el que se involucra a los participantes, los resultados y las conclusiones llevan a rechazar las hipótesis de partida, debido a la cada vez mayor asunción de los peligros de las redes sociales por parte de los usuarios. El estudio de caso puede resultar un importante punto de partida para seguir trabajando sobre la temática en estas mismas generaciones, próximas a lo nativo digital, y en otro tipo de generaciones, alejadas de este concepto. **Palabras clave:** redes sociales; vulnerabilidad; peligros en Internet; información personal en Internet.

Abstract: This article collects data from an experiment conducted with a group of students from the University of Salamanca. The aims are focused on inquiring about several variables relating to information posted on social networks, the potential vulnerability of users and the degree of awareness of potential dangers. From an experiment where participants are involved, the results and conclusions lead to reject the hypothesis, because of the increasing assumption of the social

Referenciar como: Herrero Gutiérrez, F., & Romero Bejarano, H. (2015). La asunción de los peligros relacionados con la privacidad en Internet y en redes sociales por parte de los universitarios españoles. *index.comunicación*, 5(1), 107-121. Recuperado de <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/194/170>

[*] Agradecimientos a los alumnos de la asignatura 'Entornos Informáticos' de 3º de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Salamanca, curso 2014/15.

networks' dangers by users. The case study could be an important starting point for further work on the subject in the same generations, close to the native digital, and other generations away from this concept. **Key words:** social networks; vulnerability; Internet dangers; personal information on the Internet.

1. Introducción

El concepto de red social es tan antiguo como la humanidad (Campos Freire, Rivera y Rodríguez, 2014) puesto que la sociedad, y sus redes, está allí presente y existe donde los individuos entran en acción recíproca (Simmel, 1939: 13). Pero el concepto de red social ha adquirido en los últimos tiempos una nueva aceptación, relacionada con lo digital (Herrero, Álvarez y López, 2011). Gran parte de la sociedad, sobre todo la más apegada a lo tecnológico, asemeja a las redes sociales exclusivamente como espacios virtuales en los que se puede interactuar sin presencialidad.

Este uso de las redes sociales en esta era digital, a través de relaciones virtuales, se ha consolidado de forma progresiva dejando atrás las voces más críticas que lo relacionaban con una efímera novedad (esta novedad parece ahora centrarse en qué red social está más en uso, si cada red social es solo una moda pasajera o nos acompañará más en el tiempo). Estas interconexiones virtuales surgidas desde los propios usuarios se pueden utilizar para conocer gente nueva y mantener amistades, como fuente de ocio y entretenimiento, con fines profesionales y empresariales, para crear conjuntamente movimientos, etc. Sin duda han sido una revolución:

“Los programas que permiten la interacción de las *virtual social networks*, conocidas comúnmente como redes sociales, han supuesto en los últimos años una auténtica revolución, tanto por su rápida generalización como por la extensión de sus aplicaciones ulteriores; se trata de una revolución acaso sólo comparable con la aparición y la popularización del correo electrónico, debido a su poder para modificar las relaciones humanas por medio de la red. Así, las redes sociales han ido convirtiéndose en poderosos espacios de interacción entre diferentes grupos sociales, algunos cada vez más especializados, donde es posible ir conociendo a personas que comparten unos mismos intereses o reencontrarse con ellas” (Espuny, González, Lleixà y Gisbert, 2011: 171).

Esta nueva realidad requiere de un análisis pormenorizado de los orígenes que impulsan la irrupción de estos nuevos escenarios sociales y las consecuencias o repercusiones que a nivel global se derivan de los mismos. Todo ello

proviene de los enormes cambios surgidos en la última década en los propios *social media*: “Over the past decade, social media has evolved from being an esoteric jumble of technologies to a set of sites and services that are at the heart of contemporary culture” (Boyd, 2014: 6).

Y de los *social media* a los *virtual social networks*. Redes sociales para conectar personas con personas o personas con empresas. La tipología es variada y se puede dividir según el sujeto, el contenido, el objetivo, etc. En las que están más presentes las actividades personales (amistad, entretenimiento...) es en las que no hay duda de que en los últimos años “por desconocimiento o imprudencia, cedemos nuestra intimidad a miles de internautas que pueden hacerse con los contenidos e imágenes de nuestras cuentas y darles un uso peligroso” (Caldevilla, 2010: 59). Esto se acentúa y los riesgos y los peligros son incluso mayores cuando hablamos de adolescentes (Boyd, 2014) pero no es éste el único grupo de edad al que debemos prestar toda nuestra atención.

Son numerosos los casos de violación de la intimidad y privacidad existentes en las redes sociales que han sido publicados en los *mass media* en los últimos años. En este sentido también debemos tener en cuenta que el término “privacidad”, relacionado con las redes sociales, es entendido como un concepto complejo, difícil de definir, y en el que debemos tener en cuenta sentencias judiciales para tener un mayor acercamiento (Boyd, 2014: 59).

En cualquier caso, la repercusión y los ejemplos sobre estos aspectos son cada vez mayores (Andrews, 2013); también en los análisis científicos, sin olvidarse de los textos de carácter divulgativo. Estos son los motivos que justifican la elección del objeto de estudio de la presente investigación, para tratar un tema que debe tener en cuenta a áreas de conocimiento bien diversas:

Se trata de una realidad que genera nuevos retos desde el punto de vista de diferentes áreas de conocimiento como la comunicación, la educación, la sociología o la psicología. Por otro lado, al crecimiento exponencial que ha experimentado el uso de Internet por parte de menores de edad durante la última década lo ha acompañado una creciente alarma social por los riesgos a los que se ven sometidos los menores en su relación cotidiana con la tecnología y que pueden afectar a su normal desarrollo e, incluso, a su integridad física” (García Jiménez, en García Jiménez, 2010: 9).

A estos posibles riesgos, como se venía comentando, no son vulnerables únicamente los adolescentes sino que también debemos extenderlos más allá, a otros grupos de edad, si bien hemos de tener presente que muchos de los textos científicos tratan de analizar grupos de edad que podemos considerar más vulne-

rables ante los riesgos (Gomes y Sendín, 2014; Espinar y López, 2009). En este caso concreto nos centramos en los universitarios, a través de un estudio de caso.

2. Marco teórico

2. 1. Los nuevos escenarios de Internet

Actualmente, la Web 2.0 trae consigo el nacimiento de un universo social poblado de comunidades donde el usuario ya no acude a la Red solo para obtener un servicio o información, ya que puede convertirse en el sujeto activo que construye y deposita datos (Vilasau, 2013: 120). Esta Web 2.0 puede generar una falsa percepción de privacidad entre los individuos que utilizan sus aplicaciones. Por un lado, las comunidades se presentan al internauta como ámbitos relacionales similares a aquellos existentes en el mundo físico y, por otro, las reglas de juego del entorno son establecidas por los propios suministradores de servicios (Martínez, 2013: 90).

En esta relación vertical los contratos que aceptan los usuarios nunca son gratuitos, ya que como mínimo son regulados por reglas del tipo *payforprivacy* a través de las cuales se autoriza a los proveedores a explotar el perfil de los sujetos. Así, el servicio pasa a ser el elemento básico de estas comunidades por encima del derecho de los individuos a controlar cualquier información sobre sí mismos.

2. 2. Privacidad y riesgos

Las redes sociales se rigen por una serie de reglas que traen consigo importantes consecuencias como, por ejemplo, poner en peligro la privacidad de sus usuarios. Este hecho lo explica Vilasau (2013: 146) al afirmar que “en la medida que la prioridad es el deseo de satisfacer una necesidad, se subestiman los riesgos a los que se somete la privacidad”, tal y como señalábamos también en la introducción.

Son varias las dimensiones que pueden explicar el éxito de las redes sociales en la sociedad actual a partir de los fines con que los internautas acceden a las mismas: fraguar una identidad, establecer nuevas conexiones, consolidar relaciones concretas y recíprocas, encontrar información, colaborar en una comunidad concreta, etc.

Con tales fines, los internautas pueden dejar en un segundo plano la trascendencia que adquiere el rastro de su identidad digital y, por consiguiente, la pérdida de control de su propia imagen (Lara, 2008). Estos desafíos que presentan las redes sociales se traducen en una serie de peligros cuyos resultados dependen del tipo de interacción que establezcan sus actores fundamentales: el proveedor de servicios, los usuarios, los creadores de aplicaciones y servicios adicionales en la plataforma y los anunciantes o las agencias de medios (Ortiz, 2013: 31-32).

Asimismo, los riesgos que entrañan las comunidades virtuales, y las redes sociales presentes en estas, para la protección de la información personal pueden

surgir en diferentes etapas. El primer momento se produce cuando el internauta se registra a una red determinada, en segundo lugar mientras forma parte de la misma y satisface todas las necesidades sociales que le motivaron acceder a dicha comunidad y, finalmente, cuando el individuo elige darse de baja y finalizar el contrato con el proveedor de servicios (Vilasau, 2013: 122).

Aparte de peligros como la suplantación de identidad, existen otros riesgos derivados del uso de las redes sociales como el lugar donde se publica información no consentida. La evolución de Internet y la consolidación de la Web 2.0 han transformado el enfoque y las exigencias normativas en cuanto a la protección de datos y el derecho a la intimidad se refieren. Según Roig, “la privacidad en las redes sociales la ponen en peligro, preferentemente los particulares que ofrecen este servicio en Internet” (2009: 44). Sirven de ejemplo aquellos casos en los que un usuario incluye en su espacio fotografías de amigos o conocidos sin su autorización; e incluso la aparición de personas que ni siquiera tiene conocimiento de la existencia de redes sociales.

La dinámica de simplificación que conlleva el funcionamiento de estos espacios, el efecto globalizador de Internet y la pérdida de “todos los matices y circunstancias característicos de la comunicación en el mundo *offline*” explican el peligro de las redes sociales y la puesta en marcha de las potentes herramientas de procesamiento y análisis de los datos facilitados por los usuarios (Vilasau, 2013: 126). Estas comunidades intentan proyectar en sus receptores valores humanos de la vida física como la amistad, la confianza o la cooperación, lo que permite contrarrestar la descontextualización que se produce en las interacciones *offline* y frenar a su vez las posibles barreras de rechazo de los internautas cuando utilizan dichas redes.

2. 3. Revolución legal

El nacimiento de las redes sociales como un fenómeno viral a nivel global durante finales de la década de los noventa y principios del nuevo siglo convivió con una escasa regulación legal sobre la privacidad de las informaciones personales. Esto se debió a una doble razón: por un lado, la publicación de datos confidenciales a iniciativa de los propios particulares apenas había tenido interés en Internet antes de la aparición de las comunidades virtuales –y también de las redes sociales–, y por otro, al surgimiento de los usuarios nativos digitales (Prensky, 2001) que no tienen reparos en publicar detalles de su vida privada en la Red (Roig, 2009: 44).

En la mayoría de los casos, los usuarios son moderadores de sus propias opiniones y actuaciones y muchas publicaciones y webs renuncian a responsabilizarse de los contenidos emitidos por terceros, pero convienen en la necesidad de una normativa para expulsar o expedientar al internauta que obra de mala fe. De

esta forma, se observa la evolución que ha experimentado en los últimos años el marco regulador sobre la protección de los datos en las redes sociales. De ser inexistente o muy limitado en muchos países se ha pasado a “aumentar exponencialmente la preocupación por crear un código jurídico mundial en relación a estas nuevas tecnologías” (Caldevilla, 2010: 58) ya que en el fondo: “technological proposes itself as the architect of our intimacies” (Turkle, 2011: 1) y de eso se deben preocupar también los diferentes marcos jurídicos.

Las actuaciones concretas de la Comisión Europea, los debates que abren continuamente las conferencias y congresos sobre protección de datos y privacidad, y la repercusión que está causando en la sociedad las intervenciones judiciales y políticas de varios países, son algunos de los elementos que mejor reflejan el nuevo enfoque que está adquiriendo el marco legal para la protección de datos personales en las redes sociales (Martínez, 2013: 113-114). No obstante, la aplicación de forma efectiva de las medidas propuestas por las autoridades competentes en los próximos años será la que dictamine el éxito o fracaso de todas estas actuaciones.

3. Objetivos

Los objetivos de este experimento están centrados en conocer, a partir de una muestra no probabilística, si las personas que usan redes sociales:

- ▶ Publican información pública, privada y profesional en las redes sociales.
- ▶ Son demasiado vulnerables a partir de la información alojada en la Red.
- ▶ Publican más de lo que deberían, a partir de su propia experiencia.
- ▶ Son conscientes de la gran cantidad de información existente en Internet sobre ellos mismos, más allá de la que esas mismas personas puedan insertar en las redes sociales.

4. Hipótesis

Cuatro son las hipótesis de partida:

- ▶ 1.- Las personas que usan redes sociales publican en éstas información tanto de la vida pública como privada y profesional.
- ▶ 2.- Las personas que usan redes sociales no son conscientes del alto grado de vulnerabilidad al que muchas veces están expuestas.

- ▶ 3.- Las personas que usan redes sociales piensan que publican más información de su vida de la que deberían.
- ▶ 4.- Las personas no son conscientes de la gran cantidad de información que sobre ellas puede existir en Internet.

5. Metodología

La metodología contó tanto con técnicas cualitativas como cuantitativas. Las técnicas cualitativas vienen dadas por el propio desarrollo del experimento mientras que las cuantitativas están destinadas a analizar los cuestionarios contestados de forma anónima por el alumnado que participó, muestra en la que se basa esta investigación. Dicho experimento se realizó en el mes de octubre de 2014. La explicación del experimento es la que sigue:

- ▷ **Paso 1)** Estudio de caso: el experimento se aplicaría sobre los alumnos de la asignatura 'Entornos informáticos' de 3º de Comunicación Audiovisual (Universidad de Salamanca, curso 2014/15). Se propondría una práctica no obligatoria ni puntuable para la asignatura, de tal manera que los alumnos que no quisieran participar, con total libertad declinaron tal participación. Menos de un 10 por ciento decidió no participar, aunque sí asistió al experimento como oyente.
- ▷ **Paso 2)** Explicación y supuesto práctico (parte 1/2): El profesor explicó al inicio de la clase en qué consistía el experimento a partir de un supuesto ficticio. Dicho supuesto consistía en que se había producido un secuestro de los integrantes de la clase. Rápidamente, la noticia pasa a tener interés nacional e internacional y pronto se convierte en portada de los principales medios de comunicación en España. El profesor juega el rol de periodista de un importante periódico de España y a este ficticio periodista le filtran una lista con todos los nombres y apellidos de los ficticios secuestrados; a partir de esa lista, le encargan que busque información y fotografías de dichos secuestrados.
- ▷ **Paso 3)** Recogida de información: Durante un periodo de una semana, el profesor (en el supuesto expuesto, actúa como periodista) recopiló información de los alumnos, a través de la red social Facebook, la red social Twitter y el buscador Google. El docente empleó un tiempo aproximado de ocho horas, repartidas en cinco días, para recopilar única y exclusivamente la información más reciente y, a partir de un rápido examen de la información dis-

ponible de los alumnos en abierto, y colgada en la mayoría de los casos por ellos mismos; se establecieron cinco grupos de alumnos, según su grado de vulnerabilidad: alto, alto-medio, medio, medio-bajo y bajo.

▷ **Paso 4)** Continuación del supuesto (parte 2/2): El profesor, durante el desarrollo del experimento, explica a los alumnos que esa información ya ha sido buscada de antemano y, con autorización escrita por parte de cada alumno participante, dirá dicha información en voz alta al resto de la clase; esta información sería leída previamente también por cada alumno interesado antes de ser expuesta al resto de compañeros. De tal forma, se evitarían posibles situaciones incómodas para los participantes.

▷ **Paso 5)** Antes de explicar el experimento a los alumnos, el profesor les instó a que contesten una encuesta relacionada con las redes sociales y la privacidad. La contestación de esta misma encuesta sería solicitada nuevamente tras el experimento.

5. 1. Muestra

La muestra estuvo conformada inicialmente por el alumnado de tercer curso de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Salamanca que cursa la asignatura obligatoria 'Entornos Informáticos' durante el curso 2014/15.

Se enmarca en el contexto de una clase sobre redes sociales y privacidad. El cuestionario inicial fue contestado por 47 alumnos (n=47), el cuestionario final por 32 alumnos (n=32) y en el experimento participaron un total de 38 alumnos (n=38).

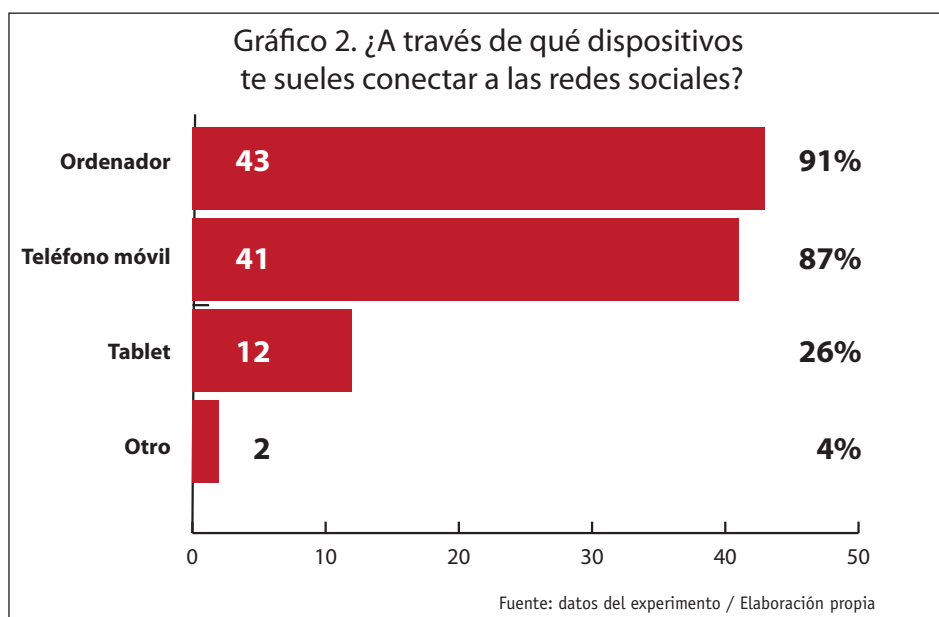
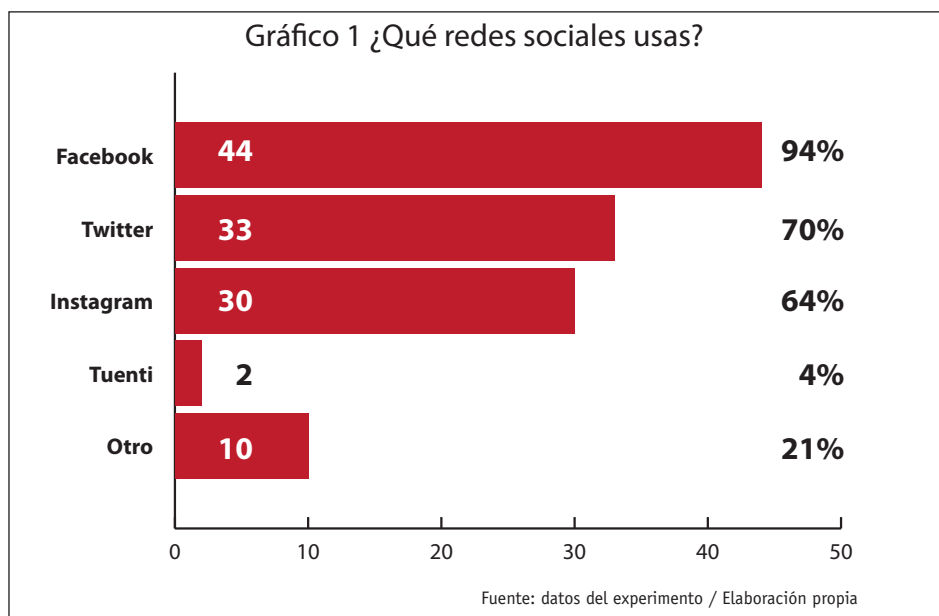
Dado que es un tema emergente, creemos que los resultados obtenidos a partir de esta muestra no probabilística pueden ser útiles como estudio de caso de partida para futuras investigaciones.

6. Resultados

El cuestionario previo fue respondido por 47 estudiantes. En las cuestiones previas se obtuvieron los siguientes resultados (cuestionario inicial: n=47).

- ▶ Un 89 por ciento se conecta a Internet todos los días a la semana y un 9 por ciento entre 5-6 días a la semana (2 por ciento de valores NS / NC).
- ▶ Un 96 por ciento afirmó utilizar redes sociales (2 por ciento no las usa y 2 por ciento de valores perdidos).

► En cuanto a las redes sociales utilizadas (opción múltiple de respuesta), las tres más empleadas, según los resultados de la encuesta, son Facebook, Twitter e Instagram (gráfico 1) mientras que el ordenador y el teléfono móvil son los dos dispositivos más empleados (también con opción múltiple de respuesta (gráfico 2).



► Un 79 por ciento afirmó conectarse a redes sociales todos los días de la semana; un 13 por ciento, entre 5-6 días a la semana; y un 2 por ciento, entre 3-4 días a la semana (6 por ciento NS/NC o valores perdidos).

► En cuanto al número de horas, el 30 por ciento afirmó conectarse 15 o más horas a la semana; un 13 por ciento, al menos 10 horas pero menos de 15 horas; un 23 por ciento, al menos 5 horas pero menos de 10; y un 23 por ciento, al menos 2 horas pero menos de 5 (el porcentaje restante menos de 2 horas a la semana o nunca).

► En cuanto al tipo de publicaciones realizadas en redes sociales se obtuvieron los siguientes resultados:

a) Información personal sólo privada (entendiendo la información que sólo debe conocer un reducido número de personas, de mi entorno más cercano): 6 por ciento.

b) Información personal sólo pública (entendiendo por pública lo que desarrollo en el ámbito de mi vida social, conocida por la mayoría de la gente que me rodea): 32 por ciento.

c) Información sólo profesional: 0 por ciento.

d) Información privada, pública y profesional: 6 por ciento.

e) Información privada y pública: 11 por ciento.

f) Información privada y profesional: 2 por ciento.

g) Información pública y profesional: 36 por ciento.

h) Otro: 0 por ciento.

i) NS / NC: 7 por ciento.

6. 1. Comparación de respuestas antes / después del experimento

Las seis siguientes variables son presentadas con porcentajes obtenidos antes del experimento (y de que los alumnos supieran en qué consistía el supuesto práctico) (n=47) y los porcentajes después de realizar el experimento (n=32):

La variable 1 responde a la pregunta: “¿Crees que a tus publicaciones en redes sociales sólo tienen acceso las personas que tú quieres que lo tengan?” (tabla 1):

Tabla 1

Antes del experimento				Después del experimento			
Sí	No	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos	Sí	No	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos
17%	74%	2%	7%	22%	63%	3%	12%

Fuente: datos del experimento / Elaboración propia

La variable 2 responde a la pregunta: “¿Usas los filtros de protección que te proporcionan las redes sociales para proteger, en la medida de lo posible, tu privacidad?” (tabla 2):

Tabla 2

Antes del experimento						Después del experimento					
Sí	No	No, pero tengo intención de hacerlo	No lo sé	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos	Sí	No	No, pero tengo intención de hacerlo	No lo sé	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos
74%	2%	4%	11%	2%	7%	63%	16%	6%	6%	0%	9%

Fuente: datos del experimento / Elaboración propia

La variable 3 responde a la pregunta: “¿Crees que publicas más de lo que deberías en las redes sociales?” (tabla 3):

Tabla 3

Antes del experimento				Después del experimento			
Sí	No	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos	Sí	No	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos
32%	60%	2%	6%	38%	53%	0%	9%

Fuente: datos del experimento / Elaboración propia

La variable 4 responde a la pregunta: “¿Crees que lo que publicas en Internet, especialmente en redes sociales, pudiera perjudicarte en el futuro?” (tabla 4):

Tabla 4

Antes del experimento				Después del experimento			
Sí	No	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos	Sí	No	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos
51%	34%	9%	6%	47%	44%	0%	9%

Fuente: datos del experimento / Elaboración propia

La variable 5 responde a la pregunta: “¿Crees que controlas todo lo que una red social puede decir sobre ti?” (tabla 5):

Tabla 5

Antes del experimento				Después del experimento			
Sí	No	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos	Sí	No	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos
2%	91%	0%	7%	6%	84%	0%	10%

Fuente: datos del experimento / Elaboración propia

La pregunta 6 responde a la pregunta: “Más allá de las redes sociales ¿Crees que puedes controlar toda tu información personal que sobre ti existe en la Red?” (tabla 6):

Tabla 6

Antes del experimento					Después del experimento				
Sí	No	Ni sí ni no, porque no hay ningún tipo de información personal sobre mí en Internet	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos	Sí	No	Ni sí ni no, porque no hay ningún tipo de información personal sobre mí en Internet	Nunca me he parado a pensarlo	NS / NC Perdidos
2%	89%	2%	0%	7%	6%	81%	3%	0%	10%

Fuente: datos del experimento / Elaboración propia

7. Discusión y conclusiones

Vistos los resultados, encontramos porcentajes similares en los resultados obtenidos en las encuestas, tanto antes del experimento como después del experimento. Esto nos lleva a la siguiente conclusión general: el experimento como tal no hizo cambiar la forma de pensar y opinar de los estudiantes, lo que nos

hace ver que estas generaciones son conscientes de lo que sucede en las redes sociales, de sus peligros y de su falta de privacidad.

Son generaciones que rozan el concepto de 'nativo digital' (Prensky, 2001), sin llegar a serlo; consecuencia obtenida a partir de los resultados obtenidos en las preguntas iniciales del cuestionario previo inicial, preguntas generales sobre Internet y redes sociales, así como su uso.

A tenor de los resultados, se rechaza la primera hipótesis ("Las personas que usan redes sociales publican en éstas información tanto de la vida pública como privada y/o profesional") ya que los resultados sí indican que publican información pública y profesional pero estos mismos resultados indican un bajo porcentaje de publicaciones con información privada.

En cuanto a una de las variables comparadas, los encuestados son conscientes de que no tienen el control sobre todas las publicaciones que hacen en sus redes sociales; por otro lado, la mayoría afirma que usa filtros de protección –aunque llama la atención que más de un 10 por ciento, en el cuestionario inicial no sabía si usaba o no filtros de protección. Otra de estas variables indica que más de la mitad de los participantes en la encuesta inicial y casi la mitad en la encuesta final considera que lo que publican en Internet pudiera perjudicarle en un futuro. Y más de un 86 por ciento de media, que obtenemos en el estudio de otra variable, opina que no se puede controlar todo lo que una red social puede decir sobre ellos. Por todo lo que se viene exponiendo sobre estas variables, se rechaza la segunda hipótesis ("Las personas que usan redes sociales no son conscientes del alto grado de vulnerabilidad al que muchas veces están expuestas") ya que, según los resultados, las nuevas generaciones, próximas al concepto de 'nativo digital', sí son conscientes de estos peligros.

Por otra parte, un 32 por ciento cree que publica más de lo que debería; porcentaje ligeramente superior (llega al 38 por ciento) después del experimento. Pero el porcentaje mayor (56,5 por ciento) es el que piensa que no publica más de lo que debería, lo que adquiere sentido y guarda relación con su grado de conciencia de los peligros de las redes sociales. Por lo anterior, rechazamos la hipótesis número 3. La afirmación "Las personas que usan redes sociales piensan que publican más información de su vida de la que deberían" queda rechazada para este estudio.

Finalmente también se rechaza la cuarta hipótesis ("Las personas no son conscientes de la gran cantidad de información que sobre ellas puede existir en Internet"). Así lo muestran los resultados que indican que más del 85 por ciento de media entre ambas encuestas reconoce que no puede controlar toda la información personal que sobre ellos existe en la Red (más allá de las propias redes sociales).

En términos generales, destaca el rechazo de las cuatro hipótesis de partida, que preveían un mayor grado de inconsciencia en cuanto a los peligros de la Red, en general, y de las redes sociales, en particular. Parece que las nuevas generaciones, más cercanas al concepto de 'nativo digital' que a lo analógico, son más conscientes de este tipo de riesgos. Y así, son generaciones más cuidadosas a la hora de realizar publicaciones, si bien también informan de su vida privada, aun reconociendo el alto grado de vulnerabilidad que ello podría suponerles; consecuencia de ello, parece que estas nuevas generaciones, al ser más conscientes de estos peligros, tratan de controlar sus publicaciones para que estas no les puedan perjudicar en el futuro, reconociendo este peligro. Son conscientes y muestran un alto grado de acuerdo con la existencia de información que sobre ellos existe en la Red, incontrolable en el mayor número de los casos.

7. 1. Futuras líneas de investigación

Las futuras líneas de investigación nos llevarían a realizar un estudio comparativo con otro tipo de generaciones: por un lado, generaciones puramente de 'nativos digitales' y, por otra parte, generaciones totalmente alejadas de lo digital.

8. Bibliografía

- ▶ ANDREWS, Lori (2013): *I Know Who You Are and I Saw What You Did: Social Networks and the Death of Privacy*. New York, London, Toronto, Sydney, New Delhi: Free Press.
- ▶ BOYD, Danah (2014): *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven and London: Yale University Press.
- ▶ CALDEVILLA, David (2010): 'Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual', en *Documentación de las Ciencias de la Información*, vol. 33, pp. 45-68. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/DCIN1010110045A/18656>
- ▶ CAMPOS FREIRE, Francisco; RIVERA ROGEL, Diana y RODRÍGUEZ, Claudia (2014): 'La presencia e impacto de las universidades de los países andinos en las redes sociales digitales', en *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 571-592. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1025_USC/28es.html
- ▶ ESPINAR RUIZ, Eva y LÓPEZ FERNÁNDEZ, Cristina (2009): 'Jóvenes y adolescentes ante las nuevas tecnologías: percepción de riesgos', en *Athenea Digital*, nº 16, pp. 1-20 (otoño 2009).
- ▶ ESPUNY VIDAL, Cinta; GONZÁLEZ MARTÍNEZ, Juan; LLEIXA FORTUÑO, Mar y GISBERT CERVERA, Mercè (2011): 'Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios', en *RUSC. Revista de Universitat*

y *Sociedad del Conocimiento*, vol. 8, n° 1, pp. 171-185. Disponible en:

<http://www.raco.cat/index.php/Rusc/article/viewFile/225630/306986>

► GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio (coord.) (2010): *Comunicación y comportamiento en el ciberespacio: actitudes y riesgos de los adolescentes*. Barcelona: Icaria.

► GÓMEZ-FRANCO, Flávia y SENDÍN-GUTIÉRREZ, José (2014): 'Internet como refugio y escudo social: Usos problemáticos de la Red por jóvenes españoles', en *Comunicar*, n° 43, vol. XXII. Disponible en Internet:

<http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=43&articulo=43-2014-04>

► HERRERO-GUTIÉRREZ, F. J.; ÁLVAREZ-NOBELL, A.; y LÓPEZ-ORNELAS, M. (2011): 'Revista Latina de Comunicación Social, en la red social Facebook', en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, pp. 526 a 548. Recuperado el 8 de diciembre de 2014, desde:

http://www.revistalatinacs.org/11/art/944_Salamanca/23_Javier.html

► LARA, Tíscar (2008): 'La nueva esfera pública. Los medios de comunicación como redes sociales', en *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, julio-septiembre, n° 76. Recuperado desde:

<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=9&rev=76.htm>

► MARTÍNEZ, Ricard (2013): 'Protección de datos personales y redes sociales: un cambio de paradigma', en RALLO, Artemi y MARTÍNEZ, Ricard: *Derecho y redes sociales*. Pamplona, pp. 85-118.

► ORTIZ, Paula (2013): 'Redes sociales: funcionamiento y tratamiento de información personal', en: RALLO, Artemi y MARTÍNEZ, Ricard: *Derecho y redes sociales*. Pamplona, pp. 21-38.

► PRENSKY, M. (2001): 'Digital Natives, Digital Immigrants', en *On the Horizon*, octubre de 2001, 9 (5). Lincoln: NCB University Press. Recuperado desde: <http://bit.ly/IMBu0j>

► ROIG, Antoni (2009): 'E-privacidad y redes sociales', en *Revista de Internet, Derecho y Política*, noviembre, n° 9, pp. 42-52. Recuperado desde: http://idp.uoc.edu/index.php/idp/article/view/n9_roig/n9_roig_esp

► SIMMEL, G. (1939): *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*. 2 tomos. Buenos Aires: Espasa-Calpe.

► TURKLE, Sherry (2011): *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. EE.UU.: Basic Books.

► VILASAU, Mónica (2013): 'Redes sociales y usuarios: cuestiones sobre su regulación', en: RALLO, Artemi y MARTÍNEZ, Ricard: *Derecho y redes sociales*. Pamplona, pp. 119-157.