

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES  
SEDE – ECUADOR**

**DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN  
CONVOCATORIA 2011 – 2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN  
CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA**

**LA PRIVACIDAD EN FACEBOOK**

**JAIRO PATRICIO ARCINIEGA CASTILLO**

**MARZO 2014**

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES  
SEDE – ECUADOR**

**DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES Y COMUNICACIÓN  
CONVOCATORIA 2011 – 2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN  
CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA**

**LA PRIVACIDAD EN FACEBOOK**

**JAIRO PATRICIO ARCINIEGA CASTILLO**

**ASESORA DE TESIS: MARÍA BELÉN ALBORNOZ BARRIGA**

**LECTORES/AS: RICARDO ROSALES**

**KATALINA BARREIRO**

**MARZO 2014**

## **DEDICATORIA**

Por su filosofía moral, por el ejemplo de un gran ser humano y de una admirable mujer,  
estas letras tienen nombre y autoría: A mi madre querida.

## **AGRADECIMIENTOS**

En el devenir diario de mi vida como un gran ser humano de cultura y fiel militante de su filosofía moral, siento en el texto de este discurso agradecer enormemente a FLACSO, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede – Ecuador, y a su magistral grupo socio - académico de la Maestría de Comunicación, quienes me recibieron de la esfera pública nacional para involucrarme junto a su inolvidable minoría que devela importantes conocimientos tanto académicos como sociales, políticos, culturales, comunicacionales y humanitarios en favor de una educación de excelencia en ciencia e investigación social, metodología que fue indispensable para desarrollarme como actor social competitivo, en ámbitos como el académico y el profesional. El tiempo y el espacio transcurrido en FLACSO – ECUADOR fue enriquecedor e inolvidable.

## ÍNDICE

<b>Contenido</b>	<b>Páginas</b>
RESUMEN .....	8
ESTADO DEL ARTE .....	9
JUSTIFICACIÓN.....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos .....	15
Hipótesis .....	16
Marco Conceptual.....	16
METODOLOGÍA.....	16
Metodología Cualitativa .....	17
Metodología Cuantitativa .....	17
CAPÍTULO I.....	23
MARCO TEÓRICO .....	23
Construcción Social de la Tecnología (CST) .....	24
SCOT y su relación con el Programa Fuerte .....	27
Enfoques macrosociales .....	28
SCOT y su relación con el Programa Empírico del Relativismo (PER) .....	29
Enfoques mesosociales .....	29
Grupos Sociales Relevantes.....	33
Flexibilidad Interpretativa .....	34
Marco tecnológico .....	36
Funcionamiento .....	39
Clausura y Estabilización .....	40
Redes sociales.....	42
Privacidad .....	44
Web 2.0.....	50
CAPÍTULO II.....	54
LA PRIVACIDAD EN FACEBOOK .....	54
Análisis Política de Privacidad .....	56
Facebook y sus actores tecnológicos de regulación y de gobierno .....	58

Facebook y su regla de prohibición.....	60
Facebook: Funcionamiento y sus actores sociales .....	61
Facebook y sus “gemelos” publicitarios.....	64
Facebook: Usuarios y terceros actores sociales.....	65
Facebook y otro estilo de funcionamiento.....	68
Facebook y la norma de la ley .....	68
Construcción Controversial de la Privacidad .....	70
CAPÍTULO III .....	88
ANÁLISIS DE LOS FILTROS DE LA POLÍTICA DE PRIVACIDAD DE FACEBOOK.....	88
Configuración de la privacidad.....	89
¿Quién puede ver mis cosas?.....	89
Acceso directo de privacidad.....	90
¿Quién puede buscarme? .....	92
Biografía y configuración del etiquetado .....	93
¿Quién puede agregar contenido a mi biografía? .....	94
¿Quién puede ver contenido en mi biografía? .....	94
¿Cómo puedo gestionar las etiquetas que otros agregan y las sugerencias de etiquetas? .....	95
Bloqueos .....	96
Configuración de aplicaciones.....	97
Contradiscurso: Medios de Comunicación – Blogs - Actores.....	101
CAPÍTULO IV .....	117
¿CÓMO DEFINEN LOS USUARIOS LA PRIVACIDAD? .....	117
Red Social.....	118
Actor Social .....	120
Usos en Facebook.....	122
Ámbito Privado .....	124
Derecho de Protección y de Fragmentación .....	127
Texto legal .....	129
Noción de Privacidad.....	131
Actos controlados fuera de la red .....	134
Imagen audiovisual.....	135
Información Privada Transferible.....	137

Aplicación Tecnológica.....	139
¿Actores o Artefacto?.....	141
CONCLUSIONES.....	145
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	150
Páginas Web .....	154

## RESUMEN

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han evolucionado de una manera rápida y renovada para facilitar el trabajo humano y, a la vez éstas han servido para regocijar al sujeto en la vida del ocio, el relax, la interacción y la controversia mediante la creación de plataformas virtuales como Facebook, la red social más grande e idolatrada del planeta.

Mark Zuckerberg, creador y fundador de Facebook, jamás pensó que su microscópica red social de estudiantes se convertiría en una explosión mundial que lo llevaría a obtener una verdadera mina de oro que constantemente fluye y fluye mediante acuerdos de mercadotecnia para ubicar en los muros de los usuarios ciertas aplicaciones que develan un marketing puramente comercial.

En sus ocho años de vida como comunidad virtual, Facebook es la mejor tendencia para involucrarse en otro mundo, en donde los sujetos sociales develan sus intereses, afianzan amistades, encuentran amigos perdidos en el tiempo real y consolidan círculos sociales relevantes, en fin, optan por ser los escritores de su propia vida personal. De esta manera, Facebook se convierte en el espacio público de la vida privada de cada uno de sus usuarios.

Facebook alabado por unos y criticado por otros se transforma diariamente en una especie de “Registro Civil”, en la que todos quieren estar registrados con sus nombres, apellidos, teléfonos, Provincia, Ciudad, correo electrónico y demás, para obtener la cedula de identidad (perfil) que los reconozca legalmente como verdaderos ciudadanos y así transitar por las “calles” (plataforma) de esta esfera pública social.

Facebook otrora facilidades para interactuar libremente, pero muchos de los sujetos que actúan como usuarios en esta plataforma virtual, desconocen cuál es el contrato que aceptaron con respecto a la política legal de privacidad y seguridad que brinda Facebook. Entonces, lo controversial aparece cuando la privacidad de los datos íntimos de los usuarios se hace pública, convirtiéndose en una problemática social que adhiere a diversidad de actores en debate.

## ESTADO DEL ARTE

Facebook es la red social más grande y diversa del mundo, es objeto de muchos estudios científicos de análisis socio - técnico que han emanado significativos resultados: Por un lado, se define una plataforma de magnificas bondades interactivas y de interrelación social y, por el otro lado, se identifica una preocupación por su controversial código, su política de privacidad, sus filtros de seguridad y la configuración de la privacidad que están causando malestar social en los usuarios. Por esta razón, es menester mencionar a autores que han investigado acerca de esta problemática social, *la Privacidad en Facebook*. Estos estudios ayudaron a definir la estructura y el desarrollo de esta investigación, en donde Facebook se va construyendo bajo estándares sociales, políticos (gubernamentales), jurídicos, culturales, económicos, tecnológicos y académicos.

En la esfera Europea, específicamente en España, se encontró la investigación de maestría de la “Privacidad y Facebook: Estudio sobre los datos personales en las redes sociales online” de Carlos Fernández Morán (2011) de la Universidad de Salamanca, de la Facultad de Traducción y Documentación en Sistemas de Información Digital. Este contenido académico es visto desde una posición y concepción sumamente técnica de los términos de privacidad en Facebook, se utiliza solo autores informáticos y sitios web para definir el concepto de red social, se invisibiliza una teoría social de la tecnología que sea la brújula de su objeto de estudio. Este análisis es superficial, sencillo y está basado en una copia textual de bibliografías. No existe un razonamiento lógico. Sin embargo, este proyecto facilita una visión tecnológica de cómo entender el funcionamiento de la configuración de la privacidad en Facebook. En contraste, el tema de la *Privacidad en Facebook* se lo analizará y reflexionará desde una visión social y tecnológica en plena construcción para ver cómo se va construyendo la controversial privacidad en Facebook, cómo esta plataforma virtual fracciona el ámbito privado de sus usuarios y cómo éstos demuestran desinterés en la lectura de la política de privacidad.

En Estados Unidos la controversial Privacidad en Facebook es un tema de debate a nivel social, político (gubernamental), jurídico, económico, cultural, tecnológico y académico. Este tema se está convirtiendo en una problemática que causa interés en varios investigadores devenidos de la academia que han generado importantes

contenidos acerca de la privacidad en las redes virtuales. En este sentido, se encontró dos importantes fuentes de investigación que analizan la Privacidad en Facebook:

Primera investigación - Se refiere “A Privacy Preservation Model for Facebook” (nota con traducción al español) de Zhen Zhao (2010) de la Universidad de Regina. Esta investigación se centra en cómo Facebook fracciona frecuentemente su código de privacidad hacia otro tipo de funcionamiento que se torna perjudicial para el espacio privado de los usuarios. Este análisis académico se lo realiza a través de una posición muy jurídica para explicar la protección de los datos personales en las redes sociales como Facebook. Sin embargo, este autor posibilita y sugiere un nuevo diseño en la política de privacidad de Facebook para mayor protección en los filtros de seguridad y en la configuración de la privacidad.

Segunda investigación – Se refiere “An Analysis of Facebook Intensity and Privacy Management Practices of Public School Educations in the United States” de Laura Sue Perry (2012) de la Mercer University”. Esta documento abarca un análisis intensivo de la privacidad en Facebook, en la que se indica sus beneficios y peligros a través de los usos que le otorgan los estudiantes a esta plataforma virtual, y así conocer las dinámicas de su interacción e interrelación social con otros usuarios. Este contenido académico sirve como un enfoque para, desde mi percepción, prever si la red social cumple con la invisibilización (no acceso y eliminación de la cuenta) de los menores de edad, así como evidenciar la protección de los datos privados de los demás adolescentes que no tienen un concepto claro de lo que significa ubicar su información en línea.

En el Continente Sudamericano se encontró una investigación académica que dialoga acerca de Facebook, mencionándola como una comunidad virtual que favorece una eficiente comunicación para el mejoramiento de la educación. Por ejemplo, se evidenció la investigación acerca de “Los usos educativos de las Redes Sociales. Facebook y sus posibilidades educativas” de la académica María Teresa Gómez (2010) de la Universidad José María Vargas de Caracas, Venezuela. En este material pedagógico se construye a Facebook como un instrumento amigo para mejorar la interrelación social entre los alumnos y los docentes, y así fomentar otro tipo de educación mucho más interactiva, benéfica y participativa, invisibilizando la peligrosidad que tienen las redes sociales como Facebook respecto a su funcionamiento

tecnológico, política de privacidad y la manera de gestionar los datos personales de los usuarios.

En el entorno académico de Chile se localizó el proyecto de investigación de pregrado: “Facebook frente al derecho a la vida privada y la protección de datos personales” de Matías Roa (2013) de la Universidad de Chile, de la Facultad de Derecho. Este producto académico se centra en analizar el tema de la privacidad en Facebook desde la base política y jurídica de la Constitución Política del Estado Chileno para luego evidenciar si se cumplen las normas y leyes de protección de datos personales dentro de la plataforma virtual, si la propia Constitución ampara y protege a los usuarios, y si existe sanciones a la red social por violar el derecho a la privacidad. Este documento fue indispensable para fortalecer el tema de la controversial Privacidad en Facebook que se propone en este proyecto investigativo.

En el ambiente ecuatoriano, a nivel de pregrado, no se encontró ningún producto académico que trate esta temática, sin embargo, a nivel de doctorado, es de conocimiento el proyecto de investigación científico – social de la “Cibercultura y las nuevas nociones de privacidad” de María Belén Albornoz, Doctora en Ciencias Sociales e investigadora y docente del Programa de Asuntos Públicos de la reconocida FLACSO – ECUADOR. Uno de los ejes centrales de este proyecto fue analizar cómo la cibercultura ha cambiado las nociones de privacidad en ciertas comunidades virtuales como Second Life, Club Penguin, Linden, Hi5 y Facebook, entre otras, en donde las dinámicas de los usuarios (ubicar una foto en el perfil, crear álbum de fotos, hacer comentarios, jugar en aplicaciones) comienzan a fragmentar la información personal a disposición de lo público. En este sentido, se evidencia un cambio radical de lo real a lo virtual en la que los sujetos sociales van construyendo una representación de una identidad menos privada y más visible.

En la esfera académica de FLACSO – ECUADOR, a nivel de maestrías, no hay referencias de tesis que contengan información acerca de la Controversial Privacidad en Facebook. Razón por la cual se desarrolló este tema académico para dejar sentado una propuesta de investigación única, que sirva de referente para futuros trabajos devenidos del Programa de Estudios de la CTS, Ciencia, Tecnología y Sociedad, dirigido por la Doctora María Belén Albornoz, que se encaminen hacia estas fronteras virtuales, donde

la esfera de lo público y la esfera de lo privado entran en debate, controversia y fragmentación.

## JUSTIFICACIÓN

Esta propuesta de tesis, “La Privacidad en Facebook”, requiere la aplicación de una investigación socio – técnica porque en la actualidad todos los sujetos sociales (con algunas excepciones) poseen una cuenta o perfil en los registros de Facebook, en la que disfrutan de una interacción e interrelación social con sus amigos cercanos, conocidos y desconocidos mediante el chat o Messenger, aplicaciones, enlaces y sitios web.

Facebook nos crea un imaginario de pertenecer a un mundo feliz en la que todos somos seres de rostros alegres y sin complicaciones, pero la felicidad se derrumba cuando terceros actores desconocidos (sujetos y aplicaciones extrañas) violan nuestra intimidad teniendo acceso directo a la tipografía de nuestro muro. Entonces, es justamente aquí donde la privacidad de Facebook entra en debate y se pone en tela de duda sus políticas de privacidad, por ejemplo, miles de usuarios utilizaron esta plataforma virtual para convocar y realizar un Flshmob (multitud instantánea) en los espacios de la esfera pública mundial para protestar por ciertas injusticias sociales como la marcha mundial contra las FARC, la denuncia de los desaparecidos, la lucha contra la homofobia, así como las revueltas sociales en los países árabes organizados por el propio Facebook.

Muchos de nosotros hemos sido objeto de interés por parte de otros usuarios que a través de una o distintas maniobras han infringido la esfera de lo privado, por ejemplo, robo de identidad, plagio (al copiar nuestras fotos para luego etiquetarlas desde otro muro y hacerlas públicas mediante discursos sarcásticos y mal intencionados, o, para hacer de la información íntima un asunto de oferta y demanda publicitaria), bullying, intolerancia, entre otras. En este sentido, Facebook tiene mucho que ver con las violaciones a la intimidad de los usuarios porque su filtros de seguridad son vulnerables y su configuración de la privacidad no brindan protección a sus datos personales. En fin, la política de privacidad de Facebook no garantiza el derecho a tener una vida privada en armonía.

Ante los malestares sociales que circundan en esta estructura virtual se investigó el tema de *La Privacidad en Facebook* para conocer ¿Cómo se construyen sus políticas de privacidad?, ¿sus códigos legales?, ¿quienes actúan, intervienen u obligan a Facebook a cambiar su política de privacidad y seguridad? También se devela estas

interrogantes: ¿Por qué en cada cambio de su privacidad implica la legitimación de malestares sociales (robo de identidad, plagio, bullying, pedofilia e intolerancia) que atentan con la vida privada de los usuarios? Con estos cuestionamientos se podrá obtener resultados óptimos para saber si Facebook protege a sus usuarios en su plataforma tecnológica.

En este aspecto, considero que cualquier sujeto social perteneciente a la academia y especialmente a esta reconocida institución FLACSO – ECUADOR, que a diario realiza trabajos de investigación científico - social será importante tener en sus registros de maestría una propuesta de tesis original y nueva como *la Privacidad en Facebook* que servirá de aporte a futuros estudiantes, académicos y especialistas que deseen realizar temas ligados a este trabajo académico.

Es factible realizar esta propuesta porque se dispone de todos los recursos necesarios como bibliografía textual y virtual, así como recursos humanos y económicos. Sin duda, se dejará en la FLACSO – ECUADOR y en el grupo de investigación de CTS (Ciencia, Tecnología y Sociedad) una tesis de acuerdo a los parámetros socio – técnicos y a las perspectivas nuevas de interés social y académico.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las plataformas virtuales se han convertido en ciberespacios de interacción e interrelación social entre sujetos interculturales de toda la esfera global, al parecer se prevé una relación intangible de amistad entre lo técnico (Facebook) y lo social (usuarios). Sin embargo, estas redes sociales se convierten en estructuras tecnológicas vulnerables que ponen en riesgo los datos personales de los usuarios, ya que las nociones de privacidad han cambiado radicalmente a partir de los usos y las dinámicas que le otorgan sus usuarios.

La investigación se centrará en cómo Facebook, a lo largo de su historia, ha configurado su diseño de privacidad para evidenciar otro estilo de funcionamiento que ha causado malestar en el espacio privado de los usuarios, quienes han reconfigurado las nociones de privacidad mediante su participación activa y permanente dentro de esta estructura tecnológica, en donde se involucra a una diversidad de actores sociales,

políticos, económicos, jurídicos, tecnológicos, culturales y hasta profesionales devenidos de la academia,

Desde sus inicios hasta esta realidad inmediata, por un lado, Facebook se visibiliza como una plataforma virtual que constantemente fragmenta el espacio íntimo de sus usuarios para vender datos personales a sus socios de la publicidad. Esta causa y acontecimiento ha despertado la inconformidad de sus usuarios, provocando en ellos este tipo de interrogantes: ¿Qué hace Facebook con nuestra información personal?, ¿Quiénes reciben esa información?, ¿Cómo la administran?, ¿Es seguro Facebook? y, por el otro lado, las constantes violaciones de terceros actores desconocidos de lo social y tecnológico que fraccionan la privacidad de los usuarios, debido a sus vulnerables filtros de seguridad y privacidad, así como la falta de credibilidad en su texto de política privada.

La intención de esta investigación es indagar y verificar que en la red social Facebook existe intromisiones y violaciones del propio Facebook y terceros actores desconocidos al espacio privado de los usuarios, quiénes evidencian un gran malestar social, solicitando cambios y mayor protección en sus filtros de seguridad y privacidad.

### **Objetivo General**

Realizar una trayectoria histórica acerca de la construcción de la privacidad en Facebook desde su inicio hasta finales de 2012 para explicar desde el propio Facebook que se entiende por lo privado dentro de la red.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un análisis socio – técnico acerca de la construcción de la privacidad en Facebook para mirar cómo se construye, controvierte y estabiliza desde los términos legales de seguridad que firman los usuarios de la red social.

- Analizar cómo funcionan los filtros de seguridad y privacidad para identificar qué información personal pertenece al espacio privado y cuál a la esfera pública.
- Conocer qué piensan los usuarios acerca de la privacidad en Facebook.

## **Hipótesis**

La red social Facebook es un artefacto construido con una capa social y una tecnológica que controvierten su plataforma virtual a través de las reiteradas configuraciones en el diseño de su privacidad. Estas acciones convierten a la información íntima de sus usuarios en información pública.

## **Marco Conceptual**

En este proyecto de tesis fue indispensable utilizar la teoría de la SCOT, Social Construction of Technology, o en español, CST, Construcción Social de la Tecnología porque aporta un conocimiento socio – técnico para traducir ciertas problemáticas que aquejan a nuestros artefactos dentro de un contexto social, cultural, político (gubernamental), económico, tecnológico y jurídico, En este sentido, Facebook es una estructura tecnológica que se encuentra ligado a un contexto social y cultural dentro de un territorio.

## **METODOLOGÍA**

Esta investigación de la *Privacidad en Facebook* fue sustentada mediante información encontrada a través de las TICS, Tecnologías de la Información y Comunicación para dar viabilidad y sustento al desarrollo de todo el texto, ya que estas nuevas plataformas comunicacionales facilitan la obtención y recopilación de datos informativos que estén ligados a este proyecto.

Facebook es una plataforma virtual que guarda una relación estrecha con varios actores sociales de la esfera mundial, convirtiéndose en un medio de comunicación

masivo y en conflicto con una gran diversidad de usuarios que develan discursos de inconformidad por la no credibilidad en su texto de la política de privacidad y en sus filtros de seguridad y privacidad. De esta manera, se planteó una investigación que requirió de importantes técnicas, métodos e instrumentos que se seleccionaron de acuerdo a varios procedimientos que guiaron y dieron viabilidad al desarrollo de esta propuesta. En este trayecto, se optó por varias metodologías tanto en fuentes cualitativas como cuantitativas que proveyeron datos e información indispensable para argumentar al resto del texto académico.

### **Metodología Cualitativa**

- Análisis bibliográfico de fuentes.
- Búsqueda en Sitios Web.- Páginas que contienen artículos, editoriales, noticias, reportajes sobre *la Privacidad en Facebook*:
  - Artículos – Criterios, debates y posiciones con respecto al tema de *la Privacidad en Facebook*.
  - Editoriales – Criterios y discursos con respecto a esta temática.
  - Noticias y Reportajes – Información de distintos medios de comunicación que hayan impregnado en sus páginas electrónicas esta problemática social.
- Observación participante - Como usuario de Facebook.

### **Metodología Cuantitativa**

Se estructuró una encuesta acerca de *la Privacidad en Facebook*, este instrumento se aplicó a 200 estudiantes de la FLACSO – ECUADOR, generando una información necesaria e indispensable para el apogeo de este proyecto investigativo.

Se eligió la encuesta porque es una herramienta esencial que, por medio de su aplicación, devela un resultado cuantificable que se convierte en un análisis cualitativo de los datos, se obtiene un estudio investigativo de gran repercusión, provocando el desarrollo de un texto de importante valor, discurso y argumentación.

Para la obtención de los datos cuantitativos se recurrió a una fórmula matemática para determinar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{N}{E^2 (N - 1) + 1}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población

E = Error de la muestra

(Posso, 2006: 143)

En esta investigación es significativo señalar que la muestra (n) son los 200 estudiantes de la FLACSO – ECUADOR, con un margen de error (E) del 1% que dieron la credibilidad y confiabilidad a los discursos emitidos por estos actores sociales, discursos que posibilitaron la solidez y consolidación de este proyecto de tesis.

Esta encuesta estuvo dirigida a un universo de población heterogéneo entre estudiantes de 25 a 60 años de edad:

Hombres y mujeres con instrucción académica de postgrado - Estudiantes de FLACSO – ECUADOR. – La muestra de las 200 encuestas fue de carácter significativo porque es un buen número de actores sociales con criterio formado, a nivel profesional, académico y cultural. Las respuestas, criterios o discursos de los maestrantes develaron un lenguaje de excelente nivel académico, ilustrativo y referencial. Su escritura reveló distintos conceptos devenidos de ámbitos como el político, sociológico, económico, jurídico, antropológico, comunicacional, cultural y humanitario que enriquecieron al desarrollo y apogeo de este proyecto de investigación.

Los datos cuantitativos obtenidos de las encuestas se presentaron a través de gráficos (líneas porcentuales) que sirvieron para realizar un análisis cualitativo de los datos. Sin embargo, para dar secuencialidad y legitimidad a este proceso se desarrolló un diagnóstico de objetivos, variables e indicadores que guiaron todo el desarrollo de la aplicación de la encuesta y la obtención de los datos.

Objetivos Diagnóstico	Variables	Indicadores	Índice
<p>Conocer qué importancia otorgan los estudiantes de FLACSO ECUADOR a la noción de privacidad en la red social Facebook.</p>	<p>Maestranter de FLACSO – ECUADOR.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usuarios activos.</li> <li>- Conocimiento general del concepto de red social.</li> <li>- Conocimiento de la noción de privacidad en lo virtual.</li> <li>- Conocimiento de la política de privacidad.</li> <li>- Cuenta personal solo para amigos y conocidos.</li> <li>- Exposición de datos privados.</li> <li>- Seguridad en los filtros y configuración de privacidad.</li> <li>- Legitimación e invisibilización a terceros actores.</li> <li>- Participación en plugins sociales, “Me gusta”, enlaces, sitios web.</li> </ul>	<p>Los estudiantes son conscientes de su privacidad en Facebook, sin embargo, esta plataforma virtual no es consciente de la privacidad de sus usuarios, habilitando configuraciones que exponen aún más la propiedad privada al servicio de lo público.</p>

<p>Determinar si la red social Facebook cumple con los parámetros legales en proteger el ámbito privado de los datos personales de sus usuarios.</p>	<p>Facebook.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Credibilidad y confiabilidad en su política de privacidad.</li> <li>- Protección y seguridad a los usuarios.</li> <li>- Falencias en sus filtros de seguridad.</li> <li>- Relaciones de poder comercial.</li> <li>- Fuente de espionaje gubernamental.</li> <li>- “GPS” de largo alcance.</li> <li>- Enemigo público.</li> <li>- Infractor de los derechos humanos.</li> </ul>	<p>En Facebook existe una sola esfera, la pública, por lo que la privacidad de los usuarios no es más que una ficción y un bien de carácter público y publicitario.</p>
<p>Conocer qué información pertenece al ámbito de lo privado y qué al ámbito de lo público en la estructura tecnológica de la red social Facebook.</p>	<p>Información pública y privada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento de los términos de su política de privacidad.</li> <li>- Entendimiento y manejo de las opciones de configuración de privacidad.</li> <li>- Propiedad intelectual: datos informativos,</li> </ul>	<p>La noción de espacio privado y público no tiene explicación conceptual en la política de privacidad de Facebook. Existe confusión de estos dos</p>

		videos, fotos, discursos, etc. - Aplicaciones y publicidad. - Plugins sociales, enlaces, sitios web. - Relaciones comerciales y gubernamentales. - Movimientos fuera de la plataforma virtual.	términos en las acciones activas de los usuarios.
--	--	---	--

**Autor:** Jairo Arciniega

Este diagnóstico (objetivos, variables, indicadores e índices) fue indispensable para este texto investigativo y principalmente sirvieron de guía y correlación con los discursos emitidos por los estudiantes de FLACSO – ECUADOR. Esta pequeña matriz diagnóstica posibilitó el entendimiento de los contenidos en cada pregunta de las encuestas, dando como resultado el fortalecimiento y sustento de la información develada y obtenida por todos los sujetos implicados.

Las críticas de los usuarios (estudiantes) hacia Facebook son de sentido común e ilustrativo porque se consolidaron, desde un fértil punto de observación, en los intersticios de argumentos académicos, sociales, culturales y de derechos humanos que enriquecieron esta investigación de la construcción socio – técnica de la controversial privacidad en Facebook.

La controversial privacidad en Facebook es un tema de carácter global que envuelve a toda la humanidad, se desarrolla en los intersticios de las esferas público y privado, en donde una gran diversidad de actores se interrelacionan para buscar y formar grupos sociales relevantes e identitarios, así como afianzar sus arenas privadas.

Sin embargo, la noción de privacidad en lo virtual de la plataforma Facebook se fragmenta en el momento que aceptamos ser usuarios activos.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

Desde el estudio de la Sociología de la Ciencia y la Tecnología, los artefactos pueden ser analizados en base a su funcionamiento para determinar, por medio de un análisis social y tecnológico, cómo operan o van construyéndose socialmente las Tecnologías de la Información y Comunicación, TICS, en sus entornos de la realidad y del ciberespacio, en donde los actores sociales son los que utilizan la agencia del artefacto mediante su participación activa dentro del contexto social, cultural, político, económico y jurídico.

Las tecnologías siempre fueron observadas desde el aspecto instrumental en la que solo se estudiaba a la máquina desde su materialidad, sin embargo, “a lo largo de la historia algunos artefactos (el tren, la bicicleta, la computadora) se vieron involucrados y construidos social y culturalmente” (Hughes y Buch, 2008), cambiaron el ritmo de vida de los sujetos sociales, haciendo que las cosas fueran más fáciles, beneficiando a muchas personas y también perjudicando a otras.

De esta manera, las tecnologías no solo favorecen, sino también controvierten al igual que las redes sociales. En este caso, se analizará ¿cómo Facebook va construyendo su privacidad?, ¿qué entiende Facebook por privacidad? ¿qué significa lo privado para los usuarios? Esta problemática requiere un análisis social y tecnológico tomado desde los estudios de la SCOT, Social Construction of Technology, o en español, CST, Construcción Social de la Tecnología, la cual es necesaria para identificar cómo se construye, controvierte y estabiliza desde los términos legales la privacidad en Facebook. Desde la perspectiva constructivista Pinch y Bijker:

En la historia pasada, algunos investigadores intentaron medir con exactitud la interdependencia entre la ciencia y la tecnología, ya que las consideraban como estructuras monolíticas bien definidas. Sin embargo, su percepción estaba limitada, porque la ciencia y la tecnología estaban producidas socialmente en una variedad de circunstancias sociales (Mayr, 1976, citado en Hughes y Buch, 2008: 14).

En la actualidad, la ciencia y la tecnología están sujetas bajo concepciones sociales que determinan la construcción social de un objeto de estudio para un eficiente análisis social y tecnológico que involucra a una gama de actores dentro de un contexto histórico. De esta manera, se puede afirmar que “las divisiones entre la ciencia y la tecnología no son las divisiones entre las funciones abstractas del conocer y el hacer.

Más bien, son sociales” (Layton, 1977: 209) porque forman parte de la historia y la cultura de los pueblos, En este sentido, la “ciencia y la tecnología se encuentran relacionadas entre sí, produciendo la extensión y el desarrollo creativo de su cultura, en la que la una se retroalimenta de la cultura de la otra y viceversa, acción que se convierte en una relación simbiótica” (Barnes, 1982: 166).

La ciencia y la tecnología guardan una interdependencia social, porque se encuentran asociadas, construyendo en la esfera pública otro tipo de funcionamiento para regular a los sujetos, quienes tienen que adaptarse a un nuevo estrilo de vida dentro de su territorio. De esta manera, lo tecnológico va estructurando a lo social para construir su propia historia en un marco de entendimiento y legitimación entre el actor y su artefacto, ya que Pinch y Bijker: aseguran que “la ciencia y la tecnología son culturas socialmente construidas y apelan a los recursos culturales para cumplir sus fines y satisfacer las necesidades de los actores mediante un contrato social” (Hughes y Buch, 2008: 15).

### **Construcción Social de la Tecnología (CST)<sup>1</sup>**

Las sociedades han convivido con los artefactos en un ambiente cultural e histórico para avanzar rumbo al desarrollo de manera conjunta, ya que “la ciencia y la tecnología nos dan la posibilidad de entender a las sociedades desde una construcción social, en la que los artefactos como Facebook tienen agencia para estructurar a los sujetos” (Hughes y Buch, 2008) en los intersticios de una esfera pública, privada, o, virtual.

A partir de esta descripción socialmente construida entre la ciencia y la tecnología nace la SCOT, traducido al español CST, Construcción Social de la Tecnología, fundada por Trevor Pinch y Wiebe Bijker, quienes:

Sustentaron que la CST nace sobre la base de la sociología del conocimiento científico, la cual explica las relaciones socio – técnicas en términos de la metáfora del “tejido sin costuras”, es decir, en un ejercicio de “reflexividad”, intenta que todos los recursos analíticos no traicionen la posición epistemológica con respecto al objeto, para así tener un estudio cognoscitivo, sólido y sustentable del objeto a investigar (Hughes y Buch, 2008: 183).

---

<sup>1</sup> SCOT en sus siglas en inglés Social Construction of Technology

Los creadores de la Construcción Social de la Tecnología realizaron valiosos aportes para describir los efectos que causaron los artefactos en las sociedades, es decir, la ciencia se convierte en el ente regulador para el involucramiento de un actor tecnológico con fines de interrelación socialmente construida en los intersticios de una o varias culturas, por lo que la noción de CST se ha implementado en varios pasajes de la historia mundial y en la academia. Parafraseando a Osorio Marulanda, seguidor de la CST, indica que en

La Ciencia, la Tecnología y la Sociedad, o su acrónimo CTS, se encuentran interrelacionados desde el conocimiento científico y tecnológico, en donde transitan una diversidad de disciplinas académicas e investigativas, de educación científica y gestión de la ciencia, tales como la historia de las ciencias y de la tecnología, la sociología del conocimiento científico, la filosofía de la ciencia y de la tecnología, los estudios sobre la economía del cambio técnico, la política científica, entre otras. Es decir, se refleja una relación interdisciplinaria para entender y trabajar en pos del desarrollo y las necesidades de las sociedades. (Revista CS, 2010: 49).

La noción de la Construcción Social de la Tecnología propuesta por Trevor Pinch y Wiebe Bijker es esencial para comprender el estado del arte de los artefactos socio – técnicos, en este caso la controversial Privacidad en Facebook. Las redes sociales también son tecnologías que se adhieren a un estudio de la SCOT, o CST, que aporta con algunas concepciones constructivistas para un constante desarrollo tecnológico en las sociedades. Hughes, 1986; Bijker, Hughes y Pinch, 1987 introducen el concepto de “la metáfora del “tejido sin costuras” [seamless web], en la que el tejido de una sociedad moderna se la tiene que enfocar desde la visión de los actores o analistas para obtener un resultado óptimo de la investigación” (Hughes y Buch, 2008: 149, 170 – 171). En este aspecto, la investigación toma interés científico y tecnológico cuando existe un aporte económico que lo sostiene, posibilitando, según la aproximación de la SCOT, “la creación y el diseño de un artefacto como Facebook que está estructurado por códigos socialmente construidos (desde una “lógica tecnológica) que provocan un cambio y desarrollo tecnológico en la cultura de las sociedades” (Hughes y Buch, 2008: 149, 170 – 171). Los procesos sociales son los que determinan el funcionamiento de los artefactos tecnológicos, en ellos los actores o “grupos sociales relevantes” (nominación acreditada a Pinch y Bijker) le otorgan un uso social a la tecnología, dándole un sentido social de cambio y transformación que anuncian su éxito o fracaso. La CST afirma que:

El éxito de una tecnología no depende de si funciona mejor (Pinch y Bijker, 1984: 406; Bijker, 1995: 13-15) dentro de una sociedad, [...] sino que requiere preguntas

socialmente construidas, no tecnológicas, como por ejemplo: ¿por qué se piensa que un nuevo artefacto o material funciona mejor?, ¿cuáles son los criterios por los cuales el uso social determina el funcionamiento? (Hughes y Buch, 2008: 149).

La introducción de un artefacto tecnológico en una comunidad ha generado cambios en el devenir diario de los sujetos sociales, haciendo que estos últimos se sientan comprometidos con el reconocimiento, legitimación y uso social de la tecnología para generar una interrelación social y tecnológica que se adapte a su cultura e historia. En este sentido, se prevé un nuevo estilo de convivencia entre los actores y su máquina para determinar un nuevo tipo de funcionamiento en cada una de sus actividades y dinámicas diarias, generando según Pinch y Bijker, una “*negociación socialmente construida*” (Hughes y Buch, 2008).

Cuando las sociedades reconocieron y legitimaron a su artefacto tecnológico, el uso social de dicha tecnología es satisfactorio para el bienestar y el progreso de algunos territorios, pero también se torna perjudicial para otras esferas sociales, sobre todo cuando hay conflictos bilaterales e internos como sucedió antes y durante la Segunda Guerra Mundial. La historia de la CTS nos explica de tales acontecimientos sociales que marcaron un hito en las relaciones de las máquinas con sus actores:

Un importante antecedente fue cuando ocurrió el lanzamiento de la bomba atómica a Hiroshima y Nagasaki en Agosto de 1945, en donde murieron más de 300 mil personas - sumados a los cuarenta millones que dejó la Segunda Guerra Mundial; el uso de las bombas de Napalm en la Guerra de Vietnam que generó protestas sociales y universitarias en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica (época en que nace el hipismo y el Mayo del 68 Francés como una revelación en contra de los valores occidentales). También se hace referencia a los desequilibrios ambientales, por ejemplo, sobre el tóxico DDT en los cultivos, uso indiscriminado de la energía nuclear, los derrames petroleros, como el derrame de Santa Bárbara en California el 29 de enero de 1969, entre otras, (Revista CS, 2010: 53).

Ante esas y otras movilizaciones o protestas sociales por el uso indiscriminado de artefactos tecnológicos de destrucción masiva tanto bélicas y químicas en los intersticios de la esfera pública y social, nace como una reacción académica los Estudios Sociales de la Ciencia, “para no solo entender el funcionamiento y los avances del desarrollo científico y tecnológico, sino para entender ese complejo fenómeno de relación social entre la ciencia, la tecnología y la sociedad” (Revista CS, 2010: 53).

Los artefactos tecnológicos son utilizados como un objeto de estudio social de la tecnología, algunas de sus disciplinas se fueron construyendo e implementando aceleradamente en varias universidades del mundo, se dio prioridad a una investigación

nueva e importante en el marco de la hora actual, en donde los actores sociales y su máquina formaban parte de una cultura e historia, De esta manera, los artefactos están diseñados con una intencionalidad política y económica para alcanzar determinados fines que pueden garantizar “el éxito o no de una tecnología dentro de una esfera social que debe ser estudiada y explicada no desde su existencia tecnológica, sino desde su existencia socialmente construida” (Hughes y Buch, 2008: 18 - 19).

### **SCOT y su relación con el Programa Fuerte**

Algunas sociedades económicamente poderosas siguen aportando grandes capitales para el desarrollo del conocimiento científico y tecnológico en la creación de armas letales que pueden fracturar la esfera social, en donde todavía permanece ese pensamiento bélico, sin embargo, existen otros países como el nuestro que se dedican a la implementación y fortalecimiento investigativo en ciencia, tecnología e innovación para la construcción de artefactos tecnológicos que proporcionen el progreso y la productividad de sus pueblos, ya que la relación entre “el artefacto tecnológico y los procesos sociales son cognitivamente significativos para la comunidad científico – social para desarrollar programas interdisciplinarios que estudien a profundidad los usos sociales de la tecnología” (Hughes y Buch, 2008)

En las aproximaciones de la CST se introducen tres enfoques sociales: “*el macrosocial, el mesosocial y el microsocal*” (Revista CS, 2010: 55). En este estudio se hará referencia a los dos primeros enfoques constructivistas para seguir entendiendo a los artefactos desde una lógica social, No se utilizará el último enfoque porque pertenece a autores que dialogan acerca de otra teoría como “Bruno Latour y Steve Woolgar (1979), para los llamados Estudios de Laboratorio; y posteriormente el propio Latour (1991), Michael Callon y John Law (1982), entre otros autores, con la teoría del Actor Red” (Revista CS, 2010: 60).

## **Enfoques macrosociales**

En estos enfoques se explica la relación que guarda la CST, Construcción Social de la Tecnología, con el Programa Fuerte desde una visión académica e investigativa, para así comprender el estado real del conocimiento científico con respecto a su objeto de estudio, logrando obtener un razonamiento lógico acerca de la importancia de los artefactos tecnológicos en la vida de los actores sociales:

El Programa Fuerte (Strong Programme) tal como lo anunció David Bloor (1971) se originó en la Universidad de Edimburgo [...]. Académicamente se trató de un programa fundador de un tipo de sociología del conocimiento científico que consideraba a la ciencia como un proceso social en plena construcción. Según la tesis de Kuhn, surgieron diferentes comunidades académicas, es decir, surgió una interdisciplinariedad académica asociada a un nuevo conocimiento y posición consolidada mediante creencias para producir la noción de verdad científica (Revista CS, 2010: 55 – 56).

Con la CST, el Programa Fuerte se concentra no sólo en lo ordinariamente científico dentro de sus andamiajes investigativos, sino también en que la ciencia sea analizada como una práctica social que conlleve importantes connotaciones para el desarrollo social y tecnológico mediante esa interrelación e interacción socialmente construida entre las sociedades y sus artefactos.

Con el Programa Fuerte los artefactos tecnológicos se visibilizaron desde una concepción social, mediante las dinámicas y prácticas de cada uno de sus actores sociales y tecnológicos en la ingeniería del diseño. Estos últimos actores construían sus máquinas para renovar la tecnología implementando un código social para que tenga repercusión y valoración en la esfera pública.

Para un estudio social de los artefactos tecnológicos, es menester estudiarlos desde una diversidad interdisciplinar que se construye en el Programa Fuerte, el cual está regido por cuatro reglas heurísticas para comprender su método de análisis:

- 1) Debe ser causal, es decir, ocuparse de las condiciones que dan lugar a las creencias o a los estados de conocimiento, no solo analizar los aspectos devenidos de lo social, sino también de lo político y económico que rigen al artefacto.
- 2) Debe ser imparcial con respecto a la verdad y falsedad de sus creencias, la racionalidad y la irracionalidad para explicar su objeto de estudio, y el éxito o el fracaso de su objeto en la interrelación con sus actores sociales.
- 3) Debe ser simétrica en su estilo de explicación (ya sea por creencias falsas y verdaderas), es decir, debe tener un fundamento académico e investigativo, sólido

y equilibrado que rija y deleve una información necesaria y legítima para su construcción social.

- 4) Debe ser reflexiva y analítica para construir su explicación desde conceptos adaptados a la sociología del conocimiento científico. (Bloor, 1971: 38).

El Programa Fuerte aparece como un programa eminentemente académico e investigativo para construir esa relación identitaria entre la ciencia, la tecnología y la sociedad mediante un conocimiento científico social de lo tecnológico, para así develar que si existe una “*negociación social*” (Hughes y Buch, 2008) entre el artefacto y los sujetos. En este aspecto, las élites del poder político y económico influyen progresivamente en el diseño y funcionamiento de las tecnologías, entonces, se prevé un choque de jerarquías entre la esfera de la ética de los profesionales de la ingeniería y la esfera política de la ambición de sus gobiernos. Este choque entre lo disciplinar y lo político viene a ser un objeto de estudio de la CST, en la que

El Programa Fuerte establecerá un estudio de caso para construir un análisis simétrico y reflexivo acerca de la relación existencial entre el conocimiento científico y la sociedad”. Los estudios de caso más citados son los trabajos de Shapin (1979) sobre la anatomía cerebral del siglo XIX; de Callins (1990) sobre inteligencia artificial, entre otros (Revista CS, 2010: 56).

## **SCOT y su relación con el Programa Empírico del Relativismo (PER)**

### **Enfoques mesosociales**

En este abordaje se analizará la relación que tiene la SCOT, o CST, con el Programa Empírico del Relativismo (PER), para entender todos los acontecimientos sociales y tecnológicos que se introducen en los estudios de la sociología del conocimiento científico, la cual trata de comprender el diseño de la tecnología, las influencias políticas y económicas que ejercen en el artefacto y el uso social de la misma. Sin embargo, aparece el Programa EPOR o PER, que según Pinch y Bijker, “es una aproximación en plena construcción del conocimiento social para resolver las dicotomías científicas en las ciencias “duras”, por ejemplo, el foco en el estudio empírico de los desarrollos

científicos contemporáneos, y el estudio de las controversias<sup>2</sup>” (Hughes y Buch, 2008: 22).

En el Programa Empírico del Relativismo las controversias científicas se van construyendo permanentemente en los laboratorios científicos, en donde se practica el uso de la tecnología para realizar avances biotecnológicos, espaciales, de nanotecnología, de organismos genéticamente modificados que han ayudado indiscutiblemente al desarrollo de la ciencia y la tecnología para estructurar a las sociedades en otro estilo de vida, y es justamente en esta esfera social en la que el artefacto es legitimado o no, lo cual posibilita una investigación desde los “Estudios Sociales de la Ciencia para analizar y resolver esas dicotomía entre la ciencia, la tecnología y la sociedad, las mismas que se encuentran construidas social y culturalmente” (Hughes y Buch, 2008)

El proceso simétrico de interpretación y obtención de resultados devenidos del conocimiento científico – social acerca de las controversias que existen en las ciencias “duras”, van construyendo tres etapas que rigen las aproximaciones del Programa Empírico del Relativismo:

#### Primera Etapa - Flexibilidad interpretativa de los datos científicos

En los laboratorios o centros de investigación “los datos experimentales que se obtienen en la práctica científica para la construcción de una tecnología, están sometidos a una verdad científica y abierta a más de una interpretación que contribuyen al éxito o no de su objeto de estudio” (Collins 1981d: 7; Collins 1983). En este aspecto, es esencial los análisis y evaluaciones que realizan los académicos e investigadores devenidos de los Estudios Sociales de la Ciencia para construir una relación identitaria entre lo natural y lo tecnológico con lo social.

---

<sup>2</sup> Trabajos que pueden ser clasificados dentro del PER han sido desarrollados primariamente por Collins, Pinch y Travis en el Centro de Estudios de la Ciencia, de la Universidad de Bath, y Pickering en la Unidad de Estudios de la Ciencia, de la Universidad de Edimburgo.

## Segunda Etapa – Mecanismos Sociales

Las evaluaciones obtenidas por los actores del conocimiento social son fundamentales para construir un esquema de análisis mediante una investigación de campo en algún laboratorio para determinar los usos que le otorgan los científicos a su tecnología en post de una aceptación social. Este campo de práctica profesional es indispensable para que el científico de las ciencias sociales pueda:

Resolver las controversias científicas mediante la implementación de mecanismos sociales que limitan la flexibilidad interpretativa, es decir, se prevé la clausura de los debates, posibilitados por la ilimitada flexibilidad interpretativa de los datos; tales mecanismos de clausura incluyen diversos recursos retóricos, expositivos e institucionales. (Collins 1981d: 7; Collins 1983)

## Tercera Etapa – “Mecanismos de Clausura”

La ciencia representada en la creación de una tecnología dentro de un laboratorio, tiene una trascendencia y repercusión lógica en la esfera social, sin embargo, los analistas del conocimiento científico social no solo resuelven el desenlace entre las creencias de los científicos con respecto a su tecnología, sino a interpretar ¿qué fuerzas están contribuyendo para su desarrollo? Esa deducción se devela en los “mecanismos de clausura” que se encuentran relacionados con la estructura elitista de lo político y económico para cambiar la visión del mundo natural o tecnológica de su cuerpo científico, y así asegurar la estabilidad de la ciencia” (Collins 1981d: 7; Collins 1983). En otras palabras, existe una imposición de la esfera ideológica sobre la esfera del conocimiento científico, en donde la ética profesional se ve fracturada por imposiciones devenidas del poder.

De esta manera, la ciencia, la tecnología y la sociedad se unifican, se mezclan y se comunican en forma precisa e inmediata para develar aproximaciones dentro de la sociología del conocimiento científico, aún más en los intersticios del Programa Empírico del Relativismo. Para Pinch y Bijker, “el PER representa un esfuerzo continuo, de parte de los sociólogos por comprender el contenido de las ciencias naturales en términos de construcción social” (Hughes y Buch, 2008: 22).

Dentro de la PER, las controversias ofrecen otra visión práctica de analizar e interpretar las dinámicas científicas entre comunidades diferentes, tanto de las ciencias

“duras” como de las ciencias sociales. Todo este proceso se encuentra en constante construcción social, en la que el objeto de estudio se lo entiende de manera empírico – relativista para resolver las controversias científicas, que según Collins son explicadas en el concepto metodológico del “núcleo central”, el cual produce y construye un conocimiento científico en beneficio de la ciencia, en donde las dicotomías teórico - experimentales de cada científico son necesarias para llegar a un consenso simétrico del conocimiento” (Hughes y Buch, 2008: 23).

En esta instancia se puede entender al Programa Empírico del Relativismo como un programa controversial y sumamente experimental para aportar a una construcción sustentada y consensuada del conocimiento científico en los denominados “grupos de controversia” (termino aludido a Collins), los cuales crean y diseñan el artefacto en base a deseos e intereses de una minoría política y económica. En este contexto, en los intersticios del PER, la CST es considerada en términos de Pinch y Bijker (1984) “una innovación tecnológica influenciada por visiones y percepciones de “grupos sociales relevantes” individuales, institucionalizados y organizados o no, que determinan su “estilo y funcionamiento” en plena construcción social” (Revista CS, 2010: 58).

De esta manera, las aproximaciones de la Construcción Social de la Tecnología, CST, corresponden, por un lado, a un estudio académico e investigativo dentro del Programa Fuerte mediante los Estudios Sociales de la Ciencia, y por el otro lado, a un estudio del panorama experimental para una resolución de las controversias científicas en los intersticios del Programa Empírico del Relativismo, PER. Los dos Programas contribuyen a un estudio sociológico del conocimiento científico tanto natural como tecnológico para determinar la relación indisoluble que existe entre la ciencia, la tecnología y la sociedad, en donde los constructivistas como Pinch y Bijker afirman que es necesario las nociones de “flexibilidad interpretativa, mecanismos de clausura y grupos sociales relevantes para resolver las controversias científicas y los factores sociales, culturales, económicos y políticos que determinan el desarrollo tecnológico de un artefacto” (Revista CS, 2010: 60).

## **Grupos Sociales Relevantes**

La introducción de los artefactos a la esfera social han generado cambios trascendentales en la cultura de los pueblos, convirtiendo a la historia mundial en la historia de los sujetos sociales y sus máquinas, una relación de interdependencia en plena construcción. Sin embargo, las tecnologías son diseñadas bajo una lógica política y económica que fractura la visión y las dinámicas del conocimiento científico de los ingenieros, evidenciando la supremacía de ciertos poderes sobre la práctica profesional que ha motivado a un estudio social de la ciencia. Toda esta diversidad de actores involucrados dotan de significados a su tecnología para formar parte del concepto constructivista de “grupos sociales relevantes” propuesto por Pinch y Bijker que “utilizaron aquel concepto para ordenar su mundo como una categoría de análisis en base a diferentes interpretaciones” (Bijker, 1995).

Los diseños de las tecnologías requieren diferentes procesos, ambientes e interpretaciones de actores relevantes para fomentar una construcción social de la tecnología. En el ámbito gubernamental, los artefactos son elaborados de acuerdo a una lógica política que lo gobierna, causando el malestar o satisfacción de sus inventores y de la sociedad civil, por ejemplo, una política pública del Gobierno de Rafael Correa es aportar económicamente a la innovación en ciencia y tecnología a través de dos proyectos emblemáticos como la “Ciudad del Conocimiento”, Yachay y la Universidad Regional Amazónica, IKIAM, que serán un aporte para el desarrollo científico y para el avance de los pueblos. Lo mismo se genera en las redes sociales como Facebook, en donde el diseño de esta tecnología es dotada de una intencionalidad política y económica que regula a sus usuarios. De esta manera, se identifica una relación entre actores de la ciencia, la tecnología y la sociedad, quienes se convierten en un objeto de estudio del analista constructivista, en la que estos “grupos relevantes son los portadores de un proceso social devenido del desarrollo tecnológico [...], es decir, cuando un grupo social es explicitado en algún lugar del mapa se genera un sentido que lleva al analista a tomar el hecho en consideración” (Bijker, 1995: 48) mediante la aplicación y utilización de piezas teóricas y metodológicas que contribuyan al proceso simétrico de obtención de resultados.

Los actores son los que le dan un sentido, una orientación y una intencionalidad al diseño del artefacto porque constituyen “grupos sociales relevantes, necesarios para

un análisis constructivista, ya que estos actores son los que legitiman la agencia del instrumento tecnológico mediante su uso social, político, económico y jurídico” (Hughes y Buch, 2008). Dentro de este entorno constructivista, se puede llegar a deducir que la performance de los artefactos se debe a que los grupos sociales relevantes los constituyen para crear un cambio tecnológico que garantice la aparición de nuevos procesos sociales en la esfera pública y en la esfera virtual como está ocurriendo en Facebook.

En el ciberespacio las redes sociales se están convirtiendo en un objeto de estudio social de la tecnología, en donde el desarrollo tecnológico produce varios acontecimientos que determinan su funcionamiento gracias a las demandas sociales, por ejemplo, en Facebook los procesos sociales crecen aceleradamente porque se está perdiendo las nociones de privacidad, es decir, se está visibilizando la información privada como una información pública disponible para cualquiera. Este aspecto se somete a un análisis constructivista de Pinch y Bijker, quienes indican que los usuarios y otros “grupos sociales relevantes están constituyendo al artefacto Facebook desde su mundo y su racionalidad, porque los sentidos atribuidos a los artefactos por los diferentes actores relevantes constituyen al artefacto (Hughes y Buch, 2008: 184).

Los grupos sociales relevantes de otros artefactos virtuales como de Facebook se convierten en piezas visibles de la CST porque en cada espacio social, cultural, político, económico y jurídico se encuentran interrelacionados con aquellas plataformas tecnológicas, en otras palabras, los actores por medio de la “flexibilidad interpretativa” crean distintos usos sociales para el funcionamiento de su máquina, ya que estos “grupos relevantes “constituyen” a la tecnología, no existen tecnologías no constituidas por actores” (Bijker, 1995: 77).

### **Flexibilidad Interpretativa**

Los extraordinarios trabajos de la Construcción Social de la Tecnología propuestos por Pinch y Bijker abren las puertas para conocer que todo artefacto se encuentra socialmente construido, tiene vida y función social, porque los grupos sociales relevantes se convierten en los ejes para construir, mediante su “flexibilidad

interpretativa”, un significado que determina el desarrollo tecnológico mediante un proceso social.

La red social Facebook como artefacto tecnológico adquiere un espacio importante en la esfera pública de los actores sociales, políticos, económicos y jurídicos, aún más cuando se trata de su controversial política de privacidad, en donde “las interpretaciones que develan aquellos grupos sociales relevantes se encuentran situadas social y culturalmente. Estos sujetos construyen orientaciones similares respecto al artefacto y su forma de administrar la información íntima” (Hughes y Buch. 2008: 150 - 151).

La performance de Facebook y otros artefactos virtuales generan en los grupos sociales relevantes diferentes interpretaciones que le otorgan un valor racional, una necesidad social y cultural que sitúa al instrumento en un espacio retórico de grandes demandas que determinan, mediante sus usos sociales, la satisfacción o no satisfacción del funcionamiento tecnológico. En este sentido, lo técnicamente diseñado por los ingenieros se transforma en algo socialmente construido que requiere de un debate dentro de un territorio real, o de una plataforma virtual que otrora importancia investigativa para el científico social.

En esta descripción la flexibilidad interpretativa de los grupos sociales relevantes respecto a la controversial privacidad en Facebook, son necesarios para destacar si el diseño de esta red social protege la información personal de sus usuarios, o, si son los propios usuarios los que fracturaron las nociones de privacidad para hacerlas visibles en lo público de la plataforma. Esta problemática requiere un análisis social de la tecnología en plena construcción, un estudio que considere que:

Mediante la aplicación del concepto de flexibilidad interpretativa de un artefacto es posible mostrar que la red social Facebook es mejor racionalizada al ser considerada como diferentes artefactos, gracias a que existen interpretaciones de diferentes mundos de grupos sociales relevantes. (Hughes y Buch, 2008: 185).

En este contexto se puede apreciar que el concepto constructivista de “flexibilidad interpretativa” permite abrir un sin número de interpretaciones y debates de actores sociales, políticos, económicos, jurídicos, culturales y tecnológicos respecto al comportamiento de Facebook y su controversial privacidad, ya que “estos artefactos son

diseñados para satisfacer diferentes criterios y percepciones” (Hughes y Buch, 2008: 185) dentro de un nuevo estilo de vida.

En esta línea de análisis, los actores y Facebook conllevan una gran interrelación social y comunicativa porque se encuentran en un entorno socialmente construido, en donde no solo se absorbe la cultura de Facebook y viceversa, sino de otras culturas cercanas y lejanas que determinan su funcionamiento. Este proceso social necesita ser estudiado, según Pinch y Bijker (1994), “desde el principio de simetría en que el funcionamiento de las máquinas debe ser analizado simétricamente” (Hughes y Buch, 2008: 186) para obtener una investigación descriptiva y coherente del objetito de estudio.

### **Marco tecnológico**

En el Constructivismo Social de la Tecnología se puede encontrar una gran variedad de conceptos sustantivos que dialogan acerca de los artefactos tecnológicos dentro de un contexto determinado. En esta esfera constructivista todo se enmarca en un proceso social de análisis y simetría del funcionamiento de Facebook y su controversial privacidad, en donde aparece la noción de “marco tecnológico” propuesto por Bijker (1995):

Un marco tecnológico (technological frame) es creado por los grupos sociales relevantes para describir como interpretan al artefacto Facebook mediante los elementos que influyen en cada una de sus interacciones. Tales elementos son, por ejemplo, “objetivos, problemas clave y estrategias de resolución de problemas, requerimientos que deben cumplirse, teorías habituales, conocimiento tácito, procedimientos de testeo y, métodos y criterios de diseño (p. 123).

Se puede prever que los grupos sociales relevantes son los que por medio de su relación e interpretación y uso social de Facebook crean marcos tecnológicos para definir cómo van construyendo socialmente el desarrollo tecnológico en los intersticios de la plataforma virtual y también real, es decir, la intención y función última del artefacto es dada por las diferentes percepciones de los actores implicados desde sus marcos tecnológicos, Éstos últimos favorecen un estudio constructivista para visibilizar el comportamiento e interrelación social y tecnológica de los actores con su artefacto Facebook. La CST indica que desde el análisis del investigador social “el concepto de

marco tecnológico es explicado teórica y analíticamente [...] para resolver la complejidad del objeto de estudio denominado Facebook, y así resolver de manera identitaria las dicotomías sociedad – tecnología” (Hughes y Buch, 2008: 186).

Desde la posición de los actores sociales relevantes existen diferentes marcos tecnológicos para referirse al funcionamiento de Facebook y su controversial privacidad que causa un malestar generalizado, en donde las nociones de lo privado y lo público no tiene su racionalidad teórica. Explicándolo de otra manera, cuando se introdujo la red social Facebook por primera vez en el ciberespacio, la tecnología llegó como un objeto novedoso y extraño para los usuarios activos online, inmediatamente surge una dicotomía entre lo social y lo tecnológico porque en un principio, el artefacto virtual estaba diseñado bajo un funcionamiento específico que posibilitaba la interacción solo con los amigos y conocidos dentro de un ambiente social, amigable y privado, para luego convertirse (a lo largo del tiempo) en un artefacto social público de gran necesidad a escala mundial que ya forma parte de la cultura de una localidad. En contraste, en un inicio los usuarios sufrieron el síntoma de temer a la tecnológica virtual, desconociendo su funcionamiento e intencionalidad, después se adaptaron y se acostumbraron a un nuevo estilo de vida, sin pensar que esta red social fracturaría su información privada hacia lo público de la plataforma. Esta es una ejemplificación que trata de explicar analíticamente el concepto de marco tecnológico, ya que:

Los marcos tecnológicos son entidades fijas - desarrollados como parte de los procesos de estabilización del artefacto Facebook [...] para detectar los problemas y posteriores estrategias de solución. Estos marcos son conceptos intrínsecamente dinámicos que residen no solo en el exterior de sus usuarios, sino también en la parte interna del conjunto de interacciones e interpretaciones individuales en los grupos sociales relevantes (Hughes y Buch, 2008: 187).

Se puede percibir que los marcos tecnológicos adquieren recordando a Foucault, “relaciones de fuerza y poder” que realizan los grupos sociales relevantes en sus interpretaciones y usos del artefacto Facebook, es decir, en la SCOT, o CST, el “poder” se evidencia en varios componentes, por ejemplo: en primer lugar, en las interpretaciones que realizan los grupos sociales relevantes como los usuarios de Facebook, actores gubernamentales y jurídicos de los Estados Unidos y otros países, actores tecnológicos, económicos y culturales con respecto al funcionamiento y privacidad en Facebook; en segundo orden, en las posibilidades constructivas que ofrecen los marcos tecnológicos y, en última instancia, el factor del “poder” político que

prima en Facebook y en sus usuarios .ya que desde los argumentos constructivistas de la CST, Bijker incorporó de Giddens (1979) la noción de “poder”:

El “poder” del artefacto Facebook tiene la capacidad de transformar a su servicio la agencia de otros para satisfacer sus propios fines, es decir, “el poder se convierte en un concepto relacional que concierne la capacidad de los actores de asegurar resultados, es decir, que los propios usuarios son los que legitiman la agencia de Facebook mediante sus interacciones” (p. 93, citado en *Hughes y Buch, 2008: 188*).

En esta instancia, la noción de “poder” queda vinculada a los conceptos de relación e interacción social entre grupos sociales relevantes y el artefacto Facebook. En la performance de los usuarios se puede percibir las interpretaciones y usos que le otorgan a esta red social, ya que al tener agenciamiento automáticamente los sujetos sociales adquieren un “poder” tecnológico que viene acompañado de un “poder” político, jurídico y económico que moldea su funcionamiento, dotándole de fuerza para retroalimentar un sentido atribuido por sus usuarios porque, según Pinch, “el poder es practicado antes que poseído, es difundido y se encuentra presente en todas las relaciones e interacciones (Hughes y Buch, 2008: 188).

El diseño y funcionamiento del artefacto Facebook estructura a los sujetos sociales a que se adapten a una nueva cultura tecnológica en los intersticios del ciberespacio, visibilizando su información privada en toda la plataforma pública. Esta acción tecnológica se convierte en el solapado

Discurso del poder en la que los marcos tecnológicos dan cuenta de quienes influyen en el diseño y comportamiento de Facebook [...] para explicar cómo est tecnología virtual existente estructura el ambiente social y cómo el ambiente social estructura el diseño de Facebook mediante sus dinámica e interacciones. (Hughes y Buch, 2008: 56 - 189).

En este análisis constructivista se puede asimilar que los grupos sociales relevantes son los miembros privilegiados para interpretar y darle un uso social a Facebook y a otros artefactos mediante la creación de marcos tecnológicos. Sin embargo, desde la concepción de este marco tecnológico investigativo, las tecnologías como Facebook se encuentran no sólo en un espacio socialmente construido donde se relacionan e interactúan sujetos interculturales, sino también se establece en un ambiente de poderes que regulan su funcionamiento. Entonces, cuando se habla de Facebook se está hablando de una plataforma de inclusión social que, según Pinch, Bijker y Hughes,

“La inclusión de actores es un marco tecnológico que explica las estrategias de resolución de problemas, las dinámicas experimentales y bases teóricas utilizadas en el análisis. [...], ya que el grado de inclusión de un actor no es constante, sino que puede cambiar con el curso de los eventos (Hughes y Buch, 2008: 57).

## **Funcionamiento**

En la SCOT, o CST, el “éxito” o “fracaso” de una tecnología se debe a la existencia y manipulación que realizan diariamente los grupos sociales relevantes, quienes ejercen un “poder” y el control del artefacto para determinar su función y estabilización, dando como resultado un cambio tecnológico. Cabe indicar, que en la CST, el funcionamiento de una máquina tiene que ser analizado simétricamente, para luego descubrir cuál es su accionar en el devenir del entorno social y cultural.

Los grupos sociales relevantes juegan un papel indispensable para legitimar o no el funcionamiento del artefacto Facebook que se estabiliza cuando sus actores lo interpretan para darle un sentido social que termina en un cambio y estilo tecnológico diferente. Para Pinch y Bijker, “el funcionamiento de Facebook debe ser considerado como el explanandum, es decir, como el resultado de haber sido aceptada por grupos sociales relevantes” (Pinch, 1993: 119).

La descripción que ofrece la CST respecto al funcionamiento de los artefactos tecnológicos es, de garantizar su estabilidad mediante la existencia de varios actores, o miembros de grupos sociales relevantes. En este sentido, el funcionamiento de Facebook genera controversias cuando sus usuarios dependen de él para satisfacer sus necesidades y, es en esas acciones donde esta plataforma virtual se inclina a favorecer o perjudicar el entorno privado de sus usuarios. En las explicaciones de Wiebe Bijker (1995), “el funcionamiento de los artefactos como Facebook no es algo dado, “intrínseco a las características de esta red social”, sino que es una contingencia que se construye social, tecnológica y culturalmente” (Hughes y Buch, 2008: 207).

En la CST los artefactos tecnológicos como Facebook se encuentran en contextos amplios donde la heterogeneidad humana le otorga un sentido y orientación mediante procesos sociales que legitiman su funcionamiento y construcción social. Este funcionamiento se lo puede comprender desde la dinámica de los marcos tecnológicos,

los cuales favorecen para evidenciar la relación, el “poder” y la interacción que tienen los grupos sociales relevantes con Facebook. En esta instancia, lo tecnológico y lo social se absorben mutuamente dentro de parámetros socialmente construidos, en la que:

El “funcionamiento” o “no funcionamiento” de Facebook es resultado de un proceso social de la tecnología [...] en plena construcción continua, que trascendió desde el mismo inicio de su concepción y diseño [...], en la que intervienen una mezcla heterogénea de diferentes elementos y condiciones materiales, conocimientos, regulaciones, financiamiento, etc. Supone una respuesta/solución tecnológica (privacidad de Facebook) devenida de articulaciones sociales históricamente situadas. (Hughes y Buch, 2008: 207 – 208).

Se puede prever que en la CST los artefactos como Facebook están siempre en constante evolución y renovación, en la que se evidencia un nuevo cambio y diseño tecnológico para proteger la privacidad de sus usuarios mediante nuevas dinámicas en su forma de funcionar. En otros términos, los cambios que se presentan en el funcionamiento de los artefactos posibilitan diferentes marcos tecnológicos mediante las prácticas sociales de sus grupos relevantes, acciones que son necesarias para resolver esas controversias entre lo tecnológico y lo social desde un análisis constructivista.

### **Clausura y Estabilización**

Cuando los artefactos como Facebook son concebidos, legitimados y procesados en la práctica por grupos sociales relevantes, el funcionamiento de esta red social llega a su apogeo, en términos constructivistas, a su “clausura y estabilización”. Estos dos mecanismos son muy importantes para determinar el fin último del funcionamiento de la tecnología. Parafraseando a los mentores del constructivismo, “los dos términos explican la relación que existe entre el Programa Empírico del Relativismo (PER) y la CST. En el PER los mecanismos teórico – metodológicos permiten la clausura del debate y en la CST, para la estabilización de un artefacto” (Hughes y Buch, 2008) en un contexto cultural e histórico.

El funcionamiento de Facebook es discutido en la esfera social, política, jurídica y académica por los constantes cambios en el diseño de su privacidad, por lo que no se puede predecir cuándo esta red social clausurará definitivamente dicha controversia. En las descripciones propuestas por el PER y la CST, los mecanismos de “clausura y estabilización” se los entiende a partir de dos conceptos primordiales:

Por un lado, encontramos la “clausura retórica”, en que la clausura en la tecnología involucra la estabilización de Facebook y la “desaparición” de los problemas concernientes a la protección de la información personal de sus usuarios. [...] El punto clave es si los grupos sociales relevantes ven resuelto el problema y, por el otro lado, [...] tenemos la “clausura por redefinición del problema” que trata de resolver el nuevo problema construido respecto a la privacidad después de una previa clausura. (Hughes y Buch, 2008).

Cuando el funcionamiento de Facebook encuentra su “clausura y estabilización” en cuanto a la protección de los datos personales, es porque los usuarios se adaptaron a su nuevo estilo de funcionamiento para darle un fin y uso social, sin embargo, aquella clausura estabilizada puede en un futuro ocasionar un fértil problema o malestar social. Los actores en cuestión tendrán que lidiar (a lo largo de la historia virtual) con las políticas jurídicas que hacen que los artefactos funcionen o no funcionen. En Facebook la noción de “clausura” respecto a la privacidad es una estrategia tecnológica de intencionalidad para volver a crear otro tipo de problema de los mismos síntomas que puede perdurar y ser resuelto por mucho tiempo, en la que los usuarios no encontrarán una estabilización definida, sino varias estabilizaciones. Bijker conceptualiza a estos dos conceptos de la siguiente manera:

El proceso de clausura implica que la flexibilidad interpretativa de Facebook disminuya. Surge consenso entre los diferentes grupos sociales relevantes acerca del sentido dominante de su red social, y su “pluralismo” decrece. En cambio, el grado de estabilización implica la consolidación de Facebook desde un grupo social relevante. Cuando más heterogéneos sean los sentidos atribuidos a un artefacto, mayor será el grado de estabilización (Hughes y Buch, 2008: 186).

Queda claro que las nociones de grupos sociales relevantes, la flexibilidad interpretativa y los marcos tecnológicos son los que mueven a la teoría analítica de la CST respecto a los artefactos como Facebook que entrevén la adaptación de sus actores a un medio social, cultural y tecnológico. Sin embargo, “pueden existir procesos de estabilización sin clausura de un artefacto y [...], también es posible revelar situaciones donde la clausura temporaria del funcionamiento de un artefacto no implica la existencia de flexibilidad interpretativa” (Hughes y Buch, 2008: 192).

La Construcción Social de la Tecnología brinda esa posibilidad de ver a los objetos tecnológicos como construcciones sociales, porque se encuentran situadas en un entorno social, político, jurídico, económico, y cultural que motivan a su funcionamiento. De esta manera, el artefacto adquiere vida y legitimidad, ya que se

encuentra atravesado por una gran diversidad de transformaciones y prácticas sociales que determinan su funcionamiento y clausura y estabilización temporal.

## **Redes sociales**

La historia del mundo está compuesta por un Estado regulador, una sociedad civil y por una esfera pública y una esfera privada. En estos ambientes encontramos a diferentes actores sociales (jurídicamente normados y regulados) de distintas culturas, idiomas e ideologías, que se encuentran en total interrelación social, comunicándose unos a otros, estableciendo grupos relevantes para formar círculos u organizaciones de interés, para luego defender sus discursos y acciones en cada uno de los espacios de la esfera pública/privada. Todo lo descrito se concibe con la denominación de *redes sociales* como Facebook, en donde sus usuarios se encuentran en constante interacción e interrelación social.

La historia académica de los 80, acredita al politólogo y sociólogo Félix Requena como el fundador de la denominación de *red social*. Claro está, que a finales de los 90, este término tuvo mayor popularidad con el nombre de “sociedad red” propuesto por Manuel Castells. La principal atención será descripta a partir de la primera terminología.

La teoría propuesta por Félix Requena marca uno de los conceptos más idolatrados en la hora actual: *las redes sociales*. Éstas han revolucionado la Web 2.0 (término analizado por Lawrence Lessig y será explicado más adelante) creando esos vínculos de conexión dentro del ciberespacio, estructura tecnológica en el que transita Facebook. Si bien es cierto, Requena habla de redes sociales que se establecen entre un Estado y una sociedad civil, sus relaciones de parentesco, familiaridad y amistad, pero jamás pensó que esta terminología provocaría una revolución significativa en el ciberespacio:

Las redes sociales son espacios para expresar aspectos esenciales de la estructura social [...] que está compuesta por conjunto de redes interpersonales que funcionan de manera identitaria, creando lasos sociales con los amigos, conocidos y compañeros de trabajo en diferentes actividades de ocio o recreo [...]. Al mismo tiempo influyen directamente en los individuos concretos y particulares (Requena, 1994: 42, 43).

Tanto en la esfera pública/privada del entorno real como del virtual, las redes sociales como Facebook son el vínculo para establecer parentescos bien representados y prácticamente muy influyentes en cada espacio personal, colectivo u organizacional o no organizacional, porque en ella encontramos a una diversidad de individuos interculturales que se relacionan, debaten y se comunican constantemente en cada una de sus participaciones y discursos. Sé perfectamente que Félix Requena habla de una sociedad civil regulada por un “Estado ley”, sin embargo, puedo aludir que en el ciberespacio, especialmente en la red social Facebook existe una sociedad civil normada y estructurada, no una sociedad que se presenta en toda su corporalidad, sino una “sociedad red” (Manuel Castells) que se presenta “invisible”, es decir, como una “gran red” en la que están involucrados actores sociales, políticos, jurídicos, económicos, culturales, etc., que persiguen objetivos privados o públicos” (Requena, 2008: 7).

La red social Facebook se convierte en un “nudo” (término de Requena) para establecer un vínculo legítimo de relaciones que se evidencian en las prácticas sociales que generan sus usuarios en “la intensidad de la relación e interacción social, la posición del actor en su espacio privado y la accesibilidad de un actor con respecto a las esferas privadas y colectivas de los demás” (Requena, 1994). Estas relaciones tratan de visibilizar, en palabras de Foucault, “relaciones de fuerza y poder” dentro de una estructura para ejercer una retroalimentación y reproducción social en cada participación activa del usuario.

El funcionamiento del artefacto Facebook está diseñado para normar y regular a los actores en los intersticios de su estructura tecnológica, dotándole de orientación y sentidos atribuidos, Sin embargo:

La vida de sus usuarios está limitada (restringida) por los acuerdos sociales, políticos, jurídicos, económicos y tecnológicos que rigen su funcionamiento, en donde la esfera privada está contenida dentro de los límites definidos por la oportunidad de la que dispone un individuo para desarrollar y publicar aspectos de su vida personal en la forma que quiera y pueda escoger (Requena, 1994: 24 - 25).

La red social Facebook está sujeta a varios poderes que devienen del orden público y comercial, en la que el Estado y las empresas privadas confluyen para reelaborar permanentemente su “código” (término de Lawrence Lessig), el cual regula la actividad del usuario y controvierte aún más el tema de la privacidad, en donde la información personal se hace pública debido a cambios tecnológicos inexplicables e inesperados.

Según Félix Requena, “las redes virtuales inundan nuestro mundo” [...] porque son la nueva forma organizativa en la economía conectada, proporcionando públicamente información sobre la propia organización y sus usuarios” (Requena, 2008: 1; Espejel y Flores, 2011).

## **Privacidad**

Los cambios tecnológicos que ha sufrido Facebook en su historia se deben al controversial diseño de su privacidad y falta de seguridad y protección en cada uno de sus filtros tecnológicos, los cuales provocan un malestar social incontenible en los intersticios de su plataforma virtual y de la esfera pública de la realidad. Para desarrollar la noción de *Privacidad de Facebook* es menester entenderla desde otros conceptos ligados a la CST, Construcción Social de la Tecnología.

¿Por qué es importante todavía la teoría de la CST para comprender el tema de la privacidad en Facebook? Es indispensable porque la Construcción Social de la Tecnología habla desde dos conceptos fundamentales: “*dinámicas y trayectorias socio – técnicas*” (Hughes y Buch, 2008), éstas definen las políticas que rigen al artefacto Facebook, involucrando a una gran variedad de actores sociales devenidos de estamentos públicos y privados, quienes decretan leyes, normas y reglamentos para regular a aquella red social y a sus usuarios. Parafraseando a Hughes:

La “dinámica socio-técnica” es un conjunto de modelos de interacción de tecnologías, instituciones, relaciones políticas y económicas, racionalidades y formas de constitución ideológica e identitaria de los usuarios [...] vinculados al cambio tecnológico que influyen en Facebook. En cambio, una “trayectoria socio – técnica” es un proceso de co-construcción<sup>3</sup> de productos, es decir, que el propio Facebook crea productos tecnológicos para fortalecer las relaciones entre usuario-productor<sup>4</sup>, brindando una pronta solución a problemas que aquejan el espacio privado de sus usuarios mediante la incorporación de otros procesos de “funcionamiento” en su estructura tecnológica y jurídica (Hughes y Buch, 2008: 199).

---

<sup>3</sup> Para diferentes aplicaciones del concepto de co-construcción véase Oudshoorn y Pinch (eds.) (2003), Vercelli y Thomas, 2007 a y b; Garrido, Lalouf y Thomas, 2007.

<sup>4</sup> El análisis de relaciones *usuario-productor* y *learning by interacting* (Von Hippel, 1976; Lundvall, 1985; 1988) es compatible con herramientas generadas por la sociología de la tecnología de raíz constructivista (Bijker, 1995).

Las dinámicas y trayectorias socio – técnicas hacen de Facebook un instrumento diseñado, constitucionalizado y legalizado mediante la representación de varias firmas empresariales, económicas, gubernamentales, jurídicas y tecnológicas que determinan el funcionamiento de esta plataforma virtual, la misma que se desenvuelve según Hakken, “en el ciberespacio dentro de un potencial modo de vida o tipo general de cultura creada por la Tecnología de Información Avanzada” (Santos, 2003: 77) que permite el acceso a los usuarios para interactuar, representarse e identificarse socialmente.

Las dinámicas y las trayectorias tecnológicas son esenciales para saber qué hay detrás de un artefacto, quiénes actúan, como los diseñan y con qué intenciones. Entonces, las dos nociones constructivistas nos llevan a un tercer concepto que será el hilo conductor para poder concebir el tema de la *Privacidad en Facebook*: el estilo tecnológico, el cual

Es una forma relativamente estabilizada de producir tecnología y de construir su “funcionamiento” para generar una “utilidad” social (Thomas, 1995, 2001; Lalouf y Thomas, 2004) [...], “la adaptación al entorno real o virtual culmina en estilo” (Hughes, este volumen). [...] El estilo socio-técnico en Facebook se conforma en el interjuego de elementos heterogéneos: relaciones usuario – productor, sistema de premios y castigos, distribución de prestigio, [...] experiencias históricas, ideologías, culturas nacionales e internacionales. (Hughes y Buch, 2008: 203 - 204).

Cuando el artefacto Facebook se clausura y estabiliza surge un cambio que radica en la aceptación de su diseño mediante el uso permanente de los usuarios, es decir, cuando los actores sociales encuentran una lógica racional a su tecnología, es porque están visibilizando una nueva dinámica social de interacción y un nuevo estilo socio – técnico que puede generar grandes beneficios como enormes perjuicios en cualquier parte del mundo real o virtual. Recordemos que al igual que las dinámicas y trayectorias socio – técnicas, “los estilos son constructos generados por el analista mediante la incorporación de metáforas de procesos socio - técnicos estabilizados” (Hughes y Buch, 2008: 204) que terminan evidenciando un distinto tipo de funcionamiento que estructura a lo social. De esta manera, cuando se habla de la controversial privacidad en Facebook, se está refiriendo al estilo en el diseño de los filtros y opciones de seguridad y privacidad que la red social le ofrece a sus usuarios para proteger la información de su espacio íntimo, por lo que el estilo tecnológico en Facebook se orienta a los frecuentes cambios en el diseño de su privacidad para hacerla más “segura”, acciones que provocan aún más las

demandas sociales en post de una vida privada sin intromisiones en los intersticios de lo virtual.

La privacidad es una de las nociones más controversiales y ambiguas en la historia política de los Estados y de las empresas comerciales, porque surge una lucha entre lo público y lo privado (evento parecido a la esfera Habermasiana) por la cooptación de tener controlado y regulado a la esfera social. Los derechos de la privacidad e intimidad se produjeron en un mundo donde la tecnología no tenía esa potestad de reclamar su derecho a una ley, sin embargo, la privacidad paso por diferentes acontecimientos que dieron lugar en el llamado *Common Law* efectuado en los Parlamentos de Europa, de los países anglosajones, Estados Unidos y Latinoamérica.

Se han aplicado diferentes políticas públicas para controlar y reglamentar la privacidad e intimidad no solo de los sistemas socio – técnicos como Facebook, sino también en los intersticios de las familias. Recordemos a un Estado que podía adentrarse en los hogares para realizar espionajes, investigaciones y averiguaciones de cualquier índole, trasgrediendo el espacio privado de los sujetos sociales y el derecho a estar en armonía. En otras palabras, las políticas y leyes del gobierno eran tan autoritarias que las líneas fronterizas entre el Estado y la intimidad del hogar no existían.

En algunos documentos jurídicos existen leyes o manifiestos sobre “el derecho a la vida privada, el cual surge en los Estados Unidos, en 1890, en el intitulado *The right of privacy* de Warren y Brandeis, quienes reconocieron la necesidad de proteger la inviolabilidad de la esfera privada contra las intromisiones injustificadas” (Novoa, 1989: 26, 28) para generar un síntoma de protección y legitimación en el ámbito social, especialmente de la familia. Esta política pública les otorgó a los integrantes del núcleo familiar un poder absoluto de mantener sus discursos, sus acciones y su información íntima como un bien de lo privado, es decir, se estaba construyendo un Estado democrático que respetaba los derechos consolidados según el juez norteamericano Cooley, “en el derecho de ser dejado tranquilo y de no ser arrastrado a la publicidad” (Novoa, 1989: 26, 28), eventualidad que no se legitima en Facebook, en donde la información personal de los usuarios se vende o se intercambia previo acuerdo comercial en el hipermercado, por lo que no se respeta el espacio privado en los intersticios de aquella plataforma virtual en la que las controversias con sus usuarios crecen aceleradamente. En este aspecto, Helen Nissenbaum argumenta que “en el inciso

8 de la Convención Europea de los Derechos del Hombre: “toda persona tiene derecho al respeto de su vida íntima, familiar, de su domicilio y de su correspondencia” (Nissenbaum, 2011: 101) tanto en la esfera privada de la realidad como de la virtual.

En este tema controversial de la privacidad actuaron otros organismos internacionales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, la Convención Americana de Derechos Humanos de 1969, Naciones Unidas, UNESCO y la Conferencia de Juristas Nórdicos. Todos estos organismos estaban inmersos en las enmiendas constitucionales que integraron la Carta de Derechos. Es menester señalar las leyes, normas o reglamentos de la Conferencia Jurista de Nórdicos de 1967, esta entidad fue el origen para promulgar la protección y el derecho a la vida privada de los individuos, dotándoles de legitimidad jurídica (causa parecida a la política de privacidad de Facebook) para estar protegidos de:

a) Injerencias en su vida privada, familiar y de hogar; b) injerencias en su integridad mental/física o su libertad moral/intelectual; c) ataques a su honra o a su reputación; d) verse colocado en situaciones equívocas; e) la revelación, fuera de propósito, de hechos penosos de la vida privada; f) el uso de nombre, identidad o semejanza; g) ser copiado, atisbado, observado y acosado; h) violaciones a su correspondencia; i) abuso de sus medios de comunicación, escritos u orales j) y revelación de información dada o recibida en virtud del secreto profesional (Novoa, 1989: 38).

La Conferencia Jurista de Nórdicos protege los derechos humanos del ciudadano común a su honra, honor, intimidad y privacidad, ésta última a pesar de su ambigüedad (verifique arriba literales a, c, d, e., f, g, i), tiene correspondencia con el tema de la privacidad en la internet, especialmente en las redes sociales como Facebook, en donde la intromisión a la base de datos privados de sus usuarios se construye descontroladamente. De esta manera, la privacidad en Facebook es un tema controversial en donde la arquitectura del diseño (el código según Lawrence Lessig) hace que nociones como el mercado, el gobierno y la ley confluyan para crear códigos que regulen el funcionamiento de esta estructura virtual mediante la protección y seguridad en los filtros del espacio personal de los sus usuarios (esta acción será explicado en el subtema de la Web 2.0).

Desde la filosofía del derecho existe una gran variedad de conceptualizaciones acerca de la noción de *privacidad* que aportan a la defensa de los derechos humanos en post del respeto a la vida privada de un sujeto y colectivos sociales dentro de una

estructura devenida de la realidad como de la virtual. Según el pensamiento legal, jurídico y académico de Helen Nissenbaum (2011), “la privacidad expresa una información delicada o íntima de un actor que puede ser revelada [...], ya que se convierte en una información de un individuo identificable” (p. 23) como lo es un usuario de Facebook y de otras redes sociales.

Tomando el criterio de Helen Nissenbaum, deja claro que por más privacidad que exista - el individuo será identificable y reconocible por sus amigos, conocidos y desconocidos en cualquier estructura social y tecnológica como Facebook, ya que se puede afirmar que siempre estamos siendo monitoreados, controlados y regulados por la arquitectura de aquella red social, por lo que surge una especie de “vigilancia de datos” (término aludido a Robert Clarke 1988), es decir, cuando interactuamos e intercambiamos información con los usuarios todo queda registrado en una base de datos (cookies). Entonces, la privacidad en el ciberespacio y en Facebook no existe, porque cuando más seguridad y protección le demos a nuestra esfera privada de lo virtual (cuenta, perfil, muro, imágenes audiovisuales, discursos, entre otras), más públicos seremos en esta plataforma virtual. Para brindar solución a constantes violaciones al espacio íntimo de los usuarios que se desarrollan en Facebook, Alan Westin en su famoso libro “Privacy and Freedom”: dice que “la privacidad es el derecho autónomo de los individuos, grupos o instituciones a determinar por si mismos cuándo, cómo y en qué medida se comunica a otros información sobre ellos” (Westin, 1967: 7).

Así como en el pasado varios organismos internacionales promulgaron leyes para proteger la *privacidad* de los individuos en el ámbito real y comunicacional como un homenaje a las enmiendas efectuadas en favor de los derechos humanos, ahora la jurisdicción se transfiere a ámbitos del ciberespacio, especialmente de Facebook, en donde según Foucault, “las relaciones de fuerza y poder” político, económico, jurídico y tecnológico tienen que controlar y sancionar ciertas anomalías que atentan a la privacidad del usuario. Para ello el filósofo Jeroen Van den Hoven (2001), en su obra “Privacy and the Varieties of Informational Wrongdoing” expone cuatro clasificaciones moralistas de que la privacidad debe guardar protección: “1) Perjuicios por causas de información, 2) desigualdad informativa, 3) injusticia informativa y 4) usurpación de la autonomía moral, [...] Sostiene que no debe permitirse que la información perteneciente a una esfera emigre a otra u otras” (p. 433).

De esta manera, la noción de privacidad en Facebook se traduce a que todos los actores están socialmente identificados en donde la información personal se vuelve transitable de un sitio a otro, ya sea para beneficio de fines publicitarios o gubernamentales, entonces, esta red social se vuelve un instrumento de aquellos poderes para captar la propiedad intelectual y las dinámicas de los usuarios, por lo que nuestros datos se hacen públicos y accesibles para cualquiera. En palabras de Gerald Dworkin (1998), “nos sentimos usados [...] un instrumento de la voluntad y manipulación de otros” [...], en la que según Helen Nissenbaum, “la autonomía privada del usuario se atrofia” (p. 14, citado en Nissenbaum, 2011: 92).

En la actualidad la privacidad en Facebook se encuentra adherida como un tema controversial y de debate en las academias y grupos de investigación de CTS, de derecho y políticas públicas de privacidad, en los gobiernos y en las empresas privadas, quienes desde sus posiciones generan discursos diferentes, opiniones que terminan en guerras mediáticas, creando códigos tanto públicos como privados para regular y controlar a esta plataforma virtual y al usuario en los intersticios de su estructura tecnológica.

Recordemos que los artefactos tecnológicos como Facebook poseen agencia, se hacen visibles en su arquitectura y diseño (código según Lawrence Lessig) que posibilitan un tipo de funcionamiento para estructurar a los usuarios en cada una de sus dinámicas sociales, en donde surge un choque entre lo público de la red y la cuenta privada del usuario, en otros términos, “lo privado de los usuarios justifica la protección de la privacidad, mientras que en lo público de Facebook, “todo se vale” [...], por lo que está sujeta a una diversidad de demandas sociales, las planteadas por el derecho a “la privacidad en público” (Nissenbaum, 2011: 120, 124). De esta manera, la noción de la privacidad personal en Facebook se construye en los intersticios de una esfera pública que posibilita la adherencia hacia otros espacios desconocidos que pueden fragmentar y controvertir el espacio privado. Desde el punto de vista jurídico de Lawrence Lessig,

Estas acciones llaman a “traducir” principios constitucionales a la luz de condiciones materiales alteradas como la privacidad en Facebook, la intervención telefónica y la instalación de micrófonos ocultos de *Obnstead a Katz* como un caso en que los tribunales deben reinterpretar una regla no para alterar algo, sino para preservar un principio y un significado, proteger la privacidad (Lessig, 1999: 116).

La privacidad en Facebook y sus actores sociales se ven involucrados dentro de una normativa conceptual de carácter gubernamental, jurídico y comercial que provoca malestar social en esta estructura tecnológica, en donde se ha perdido la noción de la privacidad por los constantes cambios tecnológicos, provocando un nuevo tipo de funcionamiento para controvertir nuevamente el espacio privado de los usuarios. Se puede aludir que el diseño y la arquitectura de la privacidad en Facebook están atravesados por un *“código que es la ley”* (Lessig, 1999) y que intencionalmente fractura la esfera íntima cuando el artefacto se vuelve rutinario, o no accesible hacia algunos muros y perfiles, por lo que se incorporan nuevos productos tecnológicos (aplicaciones de juegos, de grupos identitarios) para volverla interesante, atractiva, novedosa y más pública.

## **Web 2.0**

A mediados de los 90 apareció una nueva sociedad que para la mayoría de sujetos sociales era maravillosa, romántica y libre, *“una nueva sociedad postcomunista”* (Lessig, 2009), se trataba de la Web 2.0, la cual apareció para revolucionar el mundo de las comunicaciones, y así unir directamente los cinco continentes del planeta Tierra, crenado lasos identitarios entre grupos sociales relevantes devenidos de diferentes esferas culturales. Esta red sofisticada e inteligente se denominó Internet, un actor tecnológico que revolucionó socialmente un nuevo estilo de vida, dotándoles a los usuarios de productos tecnológicos (el buscador en Goggle, el correo electrónico en Yahoo, Hotmail y Gmail, después aparecieron las redes sociales como MySpace, Hai5, Badoo, LinkedIn, Orkut, Flickr, Twitter, Facebook, entre otras) para mantener una interacción e interrelación socialmente construida mediante el uso del chat y enlaces como YouTube para ver, escuchar y bajar productos audiovisuales de comunicación como videos musicales, películas, noticias, reportajes, crónicas, entrevistas, eventos deportivos, culturales y académicos, y transmisiones en vivo y en directo desde cualquier industria televisiva y radial de la esfera mundial. Todo esto es posible mientras siga dominando la Web 2.0, artefacto que hace que lo lejano se perciba de cerca, haciendo que las cosas sean más fáciles, pero también controversiales.

En las redes sociales como Facebook surge una problemática social en la que los usuarios se empoderan de sus plataformas virtuales llegando al límite de identificarse y representarse de manera constante en cada una de sus acciones y discursos, exponiendo sus datos privados a disponibilidad de la esfera pública, ya que:

En la historia de la vida humana, según Heidegger, no se puede identificar el momento en que el hombre se convirtió en el representante del objeto, el instante en que se separa de la cosa y la representa, la hace imagen, la nombra; es decir, cuando empieza la representación (Albornoz. 2004: 13).

Se puede entender a la Web 2.0 o código 2.0 (Lessig, 2009) como la arquitectura de la red, el cual está diseñado para normar el funcionamiento del Internet y la participación activa de los usuarios en cada uno de los entornos del ciberespacio. Es necesario plasmar la catedrática tesis del jurista Lawrence Lessig, quién es un defensor para que el ciberespacio y las redes sociales como Facebook deban ser controladas y reguladas por políticas públicas de privacidad que garanticen la soberanía e intimidad de las cuentas personales.

En el libro “Código 2.0” de Lawrence Lessig, nos indica que en sus inicios el código aparece como un espacio libre de la intromisión del Estado y de leyes políticas, es decir, se presenta un ciberespacio libre en busca de una nueva naturaleza humana por descubrir y vivir. En el desarrollo de la interacción social aquel espacio se va fracturando, se lesiona su funcionamiento y se adopta el condicionamiento del código propuesto por ciertos actores gubernamentales y de empresas comerciales, quienes actúan como “gusanos” (término de Lessig) para controlar y capturar información de la vida privada de los usuarios, no solo de Facebook, sino de otras plataformas virtuales, es decir, se crea una “nueva constitución que se construye en un fértil estilo y forma de vida vigilada [...] que estructura e impone los poderes sociales y legales con el propósito de proteger una serie de principios fundamentales” (Lessig, 2009: 35).

Interpretando a Lawrence Lessig, toda constitución del ámbito virtual se traduce a un código creado y obligado por actores gubernamentales y económicos en los intersticios de las redes sociales como Facebook para regular, controlar y obtener ilícitamente datos informativos que se encuentran en la vida privada de los usuarios. Estas acciones se convierten en políticas públicas que devienen el derecho de terceros desconocidos a vigilar nuestros discursos y dinámicas sociales en espacios de aquellas plataformas tecnológicas, sin embargo:

Mark Stefik señala que “las diferentes versiones del ciberespacio (Facebook, Twitter, MySpace, Orkut, etc.), favorecen tipos diferentes de sueños. A nosotros nos corresponde, sabiamente o no, elegir”<sup>5</sup>, ya que el código no viene dado, sino que tiene que elaborarse (hemos de elaborarlo nosotros) [...] “para determinar quienes podrán acceder a qué objetos digitales [...] El modo en que dicha programación regule las interacciones humanas [...] dependerá de la opción que se tome”<sup>6</sup> (Lessig, 2009: 63 - 38).

El código en Facebook produce una política institucional que regula al espacio privado del usuario dentro de esta plataforma pública, parafraseando a Lawrence Lessig (2009), “la conducta en las redes sociales estará siempre regulada por no decir determinada”. De esta manera, el código será omnipresente, recordando a los actores sociales que la autoridad existe, no precisamente como una corporalidad que viene a juzgarnos para decirnos que es legal y que no, sino que nos llega invisible, actuando desde los discos duros de nuestra computadora.

En el entorno virtual de nuestra privacidad estamos siendo vigilados política, jurídica y tecnológicamente, en donde se genera esa lucha constante entre el Estado y las empresas del hipermercado. El primer organismo público trata permanentemente de promulgar una política pública de mayor control y regulación al código de funcionamiento y de privacidad en Facebook, y el segundo organismo privado incita a defender dicho código para obtener más datos informativos de usuarios, promocionando nuevos productos tecnológicos que generen interés y ocio. En este aspecto, el código provoca una incertidumbre en los actores sociales en saber si la privacidad en lo virtual es un derecho constitucional otorgado por la ley para proteger nuestra propiedad intelectual, o, es un derecho mercantil que requiere la intromisión y la obtención ilícita de los datos personales. Desde la posición jurídica de Lawrence Lessig, se puede reflexionar que el código en las redes sociales como Facebook adquiere preponderancia social, no sólo por su forma constituida y elaborada, sino también por su “regulabilidad” (termino de Lessig) en los procesos de participación e interacción social y protección de la privacidad, en la que:

El Estado tiene la capacidad para regular las conductas de los usuarios en las redes sociales mediante el código y así poder vigilar (1) quién, (2) dónde está y (3) qué está haciendo [...]. En consecuencia, de la naturaleza del código dependerá el que

---

<sup>5</sup> Mark Stefik, «Epilogue: Choices and Dreams», en *Internet Dreams: Archetypes, Myths, and Metaphors*, Mark Stefik (ed.), Cambridge (Mass.), MIT Press, 1996, p. 390.

<sup>6</sup> Mark Stefik, *The Internet Edge: Social, Technical, and Legal Challenges for a Networked World*, Cambridge, MIT Press, 1999, p. 14.

se pueda o no regular a Facebook y otras redes sociales. Su arquitectura determinará si las conductas se pueden o no controlar; como afirma Mitch Kapor: su arquitectura es su política (Lessig, 2009: 63, 64).

La regulabilidad en el ciberespacio y en las redes sociales se pone en tela de juicio cuando se toma los conceptos de Lawrence Lessig (2009): “*identidad*”, “*autenticación*” y “*credencial*”. En el espacio real necesitamos esos términos para poder transitar y comunicarnos con los demás, demostrando que somos sujetos jurídicamente constituidos, en contraste, en el ámbito de lo virtual de Facebook, la identidad y la credencial no existen, son alteradas, falseadas y puestas en anonimato gracias a las falencias en los filtros de privacidad y seguridad de su arquitectura y diseño.

El código no solo es la ley, sino también es el “poder” de tener posesión de algo altamente regulador y peligroso como Facebook, éste viene diseñado por los “*legisladores de la ingeniería*” (Lessig, 2009) como un mecanismo constituido para adoctrinar a los usuarios en un tipo de funcionamiento estructurado. “El código 2.0 es la ley” (Lessig, 2009) en Facebook, en la que están involucrados el Estado y las empresas comerciales para ejercer vigilancia e intromisión en los datos soberanos del usuario. De esta manera, los organismos público y privado son lo que Lawrence Lessig (2009) denominó: “gusanos” que se infiltran para obtener información privada y así resolver sus fines, bajo este régimen, los artefactos virtuales habrán de ser aptas para gusanos, aunque éstos sólo se introduzcan con un mandato judicial” (p. 61).

## CAPÍTULO II

### LA PRIVACIDAD EN FACEBOOK

Desde la Construcción Social de la Tecnología, CST, Facebook es concebido como un artefacto social y tecnológico que desde su intromisión a la esfera real y virtual de las redes sociales forma parte de la vida de los ciudadanos. En la práctica diaria Facebook es una red social muy idolatrada y poblada dentro del ciberespacio mundial, tiene un éxito rotundo a nivel de seguidores y usuarios de diferentes entornos sociales y culturales. Esta plataforma virtual es la epopeya más sobresaliente en la historia de la internet; tiene sus actores principales que a lo largo del tiempo se convierten en grupos sociales relevantes que hacen uso de su estructura tecnológica para determinar su funcionamiento o no funcionamiento, también posee una nomenclatura de aplicaciones para hacer de esta red un sitio de una verdadera interconexión social entre amigos, conocidos y extraños, es decir, se vive en comunidad, una comunidad de la comunicación en la que el lenguaje simbólico representado en lo escrito u oral prima como base fundamental de la convivencia social.

Hablar del éxito de una tecnología implicaría describir acerca de algo que nos está ayudando a desarrollarnos y haciendo la vida menos esforzada. Mi intención no es parcializarme y vanagloriar diciendo que Facebook es una plataforma que nos hace ver lo lejano mucho más de cerca, sino visualizar y develar que aquella lejanía se ha convertido en la sombra que no nos deja dormir - su política de privacidad, en donde su funcionamiento posibilita a que la vida privada del usuario se haga pública, por lo que la información personal queda disponible en los intersticios de aquella lejanía denominado actor desconocido. Efectivamente, la odisea de esta red social es su controversial y tan cambiante política de privacidad, en donde la violación a la intimidad se va construyendo de manera permanente.

Los discursos demandantes de los usuarios se hacen sentir cuando se ven en la imposibilidad de cambiar el desorden por el orden, el malestar por la armonía y el insomnio por el relax. En su inicio la palabra Facebook era la alegría de un mundo disponible, divertido y dinámico en la que millones de rostros culturales consensuaban para buscar sus paralelismos, sin duda alguna, no había de qué ni por quién preocuparse,

un mundo sin interrogantes. Ahora los cuestionamientos son diversos, las respuestas son frágiles y cambiantes, Facebook encontró su “talón de Aquiles”, su privacidad, término por el cual millones de semblantes felices se convirtieron en rostros de desencanto y preocupación, porque su información privada se visibilizaba ante lo desconocido de lo social y lo tecnológico, como cuando el sol acaricia su descenso para percibir los peligros que ofrece la oscuridad. En otras palabras, las fotos, sus tendencias, sus intereses, sus creencias, su instrucción académica, su trabajo, deportes, lugar de ubicación, es decir, la propiedad intelectual del espacio privado del usuario quedaba disponible para el público.

Algunos medios de comunicación masivos y alternativos proclamaban ¿qué hace Facebook con nuestra información? Si, esa es la problemática de hoy, no saber ¿qué sucede con la información personal de cada uno de nosotros?, ¿a dónde va a parar?, o, aludiendo a la CST, ¿cuándo encontrará su estabilización y clausura definitiva? En esta instancia, es menester decir que los cambios constantes que se le han y están dando para mejorar y asegurar más el diseño de la privacidad en Facebook no garantizan la privacidad, sino que la controvierten aún más.

El texto de este capítulo se centró en dos aspectos indispensables para tener un conocimiento previo a los siguientes capítulos: Por un lado, se investigó la relación que existe entre Facebook y sus actores relevantes, mediante el análisis simétrico de su controversial política de privacidad para conocer ¿qué importancia tiene el usuario para esta plataforma virtual? Por el otro lado, se describió diacrónicamente los acontecimientos develados por Facebook a lo largo de su periodo de vida para afirmar cómo se fracciona su política de privacidad mediante su funcionamiento, ya que en la actualidad “el 85% de los usuarios en la Internet conocen Facebook, siendo la más popular en todo el mundo, siendo menos conocida en Asia con el 40% de los usuarios. Sin embargo, en Sudamérica y Australia casi al 95% de los usuarios conoce Facebook” (Rivassanti.net, s.f.) por lo que se convierte en una plataforma tecnológica de largo alcance e interconectividad. Para validar las cifras expuestas Facebook sostiene que en este 2012 existen más de “1.000 millones de usuarios activos en el mundo” (*El Mundo.es*, 2012), sin embargo, en América Latina los usuarios se vuelven más identificados con Facebook:

Según el sitio de estadísticas socialbakers.com, “del total de usuarios de Facebook, 37,9 millones son de Brasil (cuarto lugar en la lista mundial, 32 millones son de México (quinto lugar), 17 millones de Argentina (lugar 12) y 9 millones de Chile (lugar 22), que cuenta además con el mayor número de usuarios de Facebook con respecto a su población (54,79%) de toda Latinoamérica” (Tomado de <http://Univisión.com>, 2012. Recuperado el 27 de Enero de 2013), En el sitio web Ecuador Inmediato.com, “Ecuador registró cerca de cuatro millones 75 mil 500 usuarios, ubicándose en la posición 37” (Ecuadorinmediato.com, 2012)

## **Análisis Política de Privacidad**

Todo artefacto tecnológico tiene “*un código que lo regula y lo controla*” (Lessig, 2009), creando un estilo diferente de funcionamiento en los intersticios de su ambiente de convivencia, de su interacción e interrelación social. Ese código se traduce en la controversial política de privacidad de Facebook, una red virtual que fragmenta constantemente su configuración de privacidad, posibilitando el derecho al libre acceso a la vida privada de los usuarios, es decir, a la libre obtención de información ajena de ciertos actores desconocidos.

Facebook es una empresa que gira alrededor de la publicidad mediante la oferta de los datos personales de sus usuarios para crear una cadena de relaciones inter – empresariales con sus empresas afiliadas en el hipermercado, por lo que dicha plataforma virtual se torna controversial y peligrosa para la vida privada, Para Belén Albornoz, “Facebook es una red social con muchísima potencia [...], es un artefacto socio - técnico que está hecho tanto de tejido tecnológico como de tejido social, es una forma de habitar el ciberespacio y una forma más de socializar” (El Comercio.com, 2012) la información personal desde el consentimiento del actor social, o, desde la propia red social, ya que ésta y otras redes sociales poseen “un software germinal que parte de la teoría de los “Seis grados de separación” (término iniciado por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en 1929), según la cual toda la gente del planeta Tierra está conectada a través de no más de seis personas” (González, s.f.) que conocemos y que en realidad se van convirtiendo en muchas más que ya no se conoce, por lo que se pone en riesgo el espacio íntimo de cada uno de sus usuarios.

Cuando un sujeto social se refiere a Facebook, está aludiendo a su funcionamiento y controversial política de privacidad, pero bajo ¿qué aspectos funciona

la privacidad en Facebook? Este análisis indica que se desarrolla bajo un aspecto ético de la privacidad que se adhiere a dos lineamientos:

Por un lado, *Los aspectos sociales* que tienen que ver con el desarrollo de expectativas de privacidad o normas de privacidad que devienen en el diseño y la arquitectura de Facebook y, por el otro, 2) **Los aspectos políticos de la privacidad** surgen de los conflictos sociales, estos se refieren al desarrollo de reglamentos entre quienes mantienen los registros (acuerdos entre Facebook y estamentos gubernamentales asociados a los Estados Unidos y otros países del mundo) y los individuos (Estrada, 2009).

La política de privacidad de Facebook conlleva un lenguaje social y tecnológico, bajo un régimen de texto jurídico que lo hace ver como una política de credibilidad y confiabilidad, sin embargo, el texto de privacidad se traduce a constantes metáforas, términos jurídicos y tecnológicos que son imposibles de racionalizarlos, sobre todo para los adolescentes y jóvenes, quienes se desarrollan, interactúan e interrelacionan en esta plataforma virtual de manera permanente para contraer paralelismos identitarios con amigos, conocidos y desconocidos. Éste último término es el actor que visibiliza a Facebook como la monumental red virtual hecha para todos.

La falacia es el guión principal del texto de la política de privacidad de Facebook, porque se crea bajo una “idea saludable” de proteger los datos íntimos de los usuarios para luego construirla en una idea de polémica a través de la publicación íntima dentro de la plataforma pública. Este análisis de investigación inicia con la escritura del tercer punto más destacado de la introducción a esta política privada:

Facebook es un servicio gratuito que se financia a través de la publicidad. [...]. Permitimos a los anunciantes seleccionar las características de los usuarios a los que desean mostrar su publicidad [...]. Luego se contradice: No compartimos información sobre ti con anunciantes sin tu consentimiento. y utilizamos la información que los usuarios comparten con nosotros para presentar estos anuncios en Facebook y fuera de él (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

Se puede aludir que Facebook es una tecnología que concentra su política de privacidad y de datos en un ambiente publicitario y comercial visibilizando su relación indisoluble con sus pares identitarios del hipermercado, facilitando la información íntima de sus usuarios para promociones publicitarias que les motiven y seduzcan a una interacción e interrelación social más directa. En este aspecto, la frontera de lo privado se irrumpe cuando Facebook avizora la disponibilidad de la información íntima hacia terceras personas, creando una especie de oferta y demanda por la consecución económica de perfiles de los usuarios. De esta manera, la información de los datos personales de los

usuarios (nombres, localidades, instrucción, trabajo, sus intereses, correo electrónico, etc.), pasan a ser mercancías, un producto disponible de muchas características y diversidad cultural que atrae la mirada de actores sociales y de empresas desconocidas del hipermercado, en otros términos, el ámbito privado de los usuarios queda fraccionado y publicitado.

### **Facebook y sus actores tecnológicos de regulación y de gobierno**

Dentro de un Estado se necesita estar normado y regulado para fomentar un ambiente de protección y seguridad, de deberes y derechos, de informar y ser informados para posibles discursos de legitimación o contraposición. La red social Facebook y su controversial privacidad se desenvuelve en un entorno virtual bajo regímenes gubernamentales de regulación que provienen de leyes y códigos promulgados por los Estados Unidos, país que lo regula y lo inspecciona, convirtiéndose en un actor principal para filtrarse en esta plataforma y develar espionaje hacia varios actores sociales, políticos y enemigos públicos.

#### *Empresa TRUSTe*

Los actores tecnológicos de regulación son una parte importante para determinar si una red social como Facebook cumple los requerimientos necesarios en ofrecer un sistema y estructura tecnológica eficiente y eficaz que resguarde y proteja la privacidad de los usuarios en cada discurso y en cada acción activa que reposan en lo que se denomina propiedad intelectual dentro de un espacio privado. En este sentido:

Facebook al igual que Apple, eBay, HP, Intuit, LinkedIn, Microsoft y Zynga (Wikipedia), s.f.) [...] son titulares de una licencia de certificación de privacidad emitida por la empresa independiente TRUSTe, que está dedicada a comprobar las políticas y prácticas de privacidad y seguridad para garantizar que cumplen los estrictos requisitos de su programa de sellos de privacidad (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

TRUSTe aparece como una organización reguladora que aprueba la política y el funcionamiento de la privacidad en Facebook para que éste se desarrolle en la palestra virtual con mayor libertad y credibilidad. Sin embargo, ¿Se puede considerar válida la

certificación de TRUSTe a Facebook sabiendo que éste a lo largo de su historia sigue fraccionando la privacidad?, ¿Por qué siguen legitimando a Facebook si ha cometido infracciones? Sería fácil para los creadores de TRUSTe desproteger a Facebook e invalidar su política, pero sucede todo lo contrario. Seguramente se percibe detrás de esas interrogantes un clima que se identifica con los términos de Foucault, “relaciones de fuerza y poder” político y económico que controlan y vigilan el funcionamiento de Facebook para captar la información personal de uno o más usuarios.

### *Safe Harbor*

En este ambiente tecnológico se involucran actores gubernamentales que controlan y regulan el funcionamiento de Facebook para adentrarse como espías o “*gusanos tecnológicos*” (Lessig, 2009) al espacio privado de los usuarios, por lo que aparecen la Comisión Federal de los Estados Unidos (CFC) y la Directiva de la Unión Europea (se incluye Suiza), organismos que incorporaron el programa Safe Harbor para brindar mayor seguridad en la política de privacidad de Facebook.

En el programa Safe Harbor también se relacionan dos actores gubernamentales pertenecientes a las naciones más desarrolladas de la esfera mundial como son los Estados Unidos y la Unión Europea, territorios que poseen grandes capitales y tecnología de punta para asociarse y aportar económicamente a puentes socio – técnicos de información virtual como Facebook, una estructura tecnológica que trabaja con los gobiernos de turno para realizar actividades de espionaje a la vida privada de ciertos sujetos sociales, políticos, económicos, etc., que pueden ser considerados una amenaza al sistema. La finalidad del programa Safe Harbor “es otorgar un certificado de autenticidad de un ‘Marco de Puerto Seguro’ para la protección de la privacidad” (Export.gov, 1998), por lo que se le acredita a Facebook un certificado de pertenecer a varias organizaciones que trabajan por la seguridad y protección de los datos personales de sus usuarios. En este aspecto, Facebook se “compromete a resolver las fallas en su funcionamiento tecnológico y los posibles conflictos sociales que puedan surgir en relación con sus políticas y prácticas a través de TRUSTe” (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

Si el programa de sellos de privacidad emitido por la empresa TRUSTe a Facebook demuestra falencias en la regulación de sus filtros de seguridad y de la privacidad para mantener la protección de los datos informativos de sus usuarios, entra el programa Safe Harbor (instalado por las Comisiones Federales de Comercio de los Estados Unidos y la Unión Europea) para interceder, exigir y mejorar las demandas sociales en favor de una frontera privada que garantice el derecho a la armonía y la defensa de los datos personales. Sin embargo, aquellos organismos gubernamentales de control develan una especie de metáfora para transferir la privacidad a la esfera de lo público, no solo de la plataforma de Facebook, sino también de los Estados involucrados, ya que se está evidenciando en palabras de Foucault, “relaciones de fuerza y poder” entre la mencionada empresa privada y el sector público.

### **Facebook y su regla de prohibición**

El funcionamiento de Facebook en su política de privacidad posibilita un espacio estructurado para prohibir a ciertos actores sociales que no cumplen algunos requisitos para interrelacionarse con otros. En otros términos, en el texto de la política de Facebook se invisibiliza, advierte y restringe el acceso a los usuarios menores de 13 años (en el siguiente tema de este capítulo se explicará que la privacidad de Facebook es vulnerada por los menores de edad) para que no puedan crear cuentas falsas con otros nombres y edades, ya que según esta plataforma, “si tienes menos de 13 años, no intentes registrarte en Facebook ni nos facilites ningún dato personal. Si descubrimos que hemos recibido información de un niño menor, borraremos esa información lo más rápido posible” (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

En Facebook la tolerancia a los menores de 13 años solo queda visible en el texto porque en la práctica de la interconexión e interrelación social la niñez se toma esta plataforma tecnológica para ser partícipes de la población Facebook, fraccionando los vulnerables filtros de seguridad y privacidad que generan graves malestares sociales como la pedofilia, el bullying, el racismo y la intolerancia que pueden tornarse traumáticas para el infante. Facebook debería cambiar y asegurar su diseño y funcionamiento en los mencionados filtros para identificar y prohibir a los menores de edad.

Facebook en su política de privacidad sigue construyendo la polémica en la escritura de su texto acerca de la prohibición de los menores de 13 años, aludiendo que es “recomendable ingresar a esta red mediante la autorización y vigilancia de sus padres, antes de enviar información sobre sí mismos a través de internet, y animamos a los padres a que enseñen a sus hijos prácticas seguras para el uso de internet” (Facebook: Política de Privacidad, 2009) y así resguardar su integridad moral y física que pueden devenir a través de perversos discursos de ciertos usuarios desconocidos.

### **Facebook: Funcionamiento y sus actores sociales**

El texto de la política de privacidad de Facebook es un homenaje a la violación de la propiedad intelectual que reposa en el espacio privado de cada usuario, por lo que se puede predecir que esta estructura tecnológica se centra en base a dos directrices: Por un lado, al tipo de funcionamiento de su política de privacidad con respecto a la protección, distribución y disponibilidad que tiene Facebook con los datos personales de sus usuarios, y por el otro lado, al “valor e importancia y seguridad” que le otorga esta plataforma virtual a la información íntima del usuario, haciéndole conocer qué sucede con su información personal a la hora de unirse a esta red social..

Los datos personales de los usuarios en Facebook es el valor agregado que se convierte en importantes cifras de dinero para transformarse en publicidad de varias empresas afiliadas que devienen del hipermercado, porque éstas se nutren de la propiedad intelectual ajena para tener supervivencia y fortalecer relaciones identitarias de poder económico y comercial. La inscripción y registro en Facebook es el inicio de ubicar la información privada (nombre y apellido, lugar de nacimiento, instrucción académica, correo electrónico, lugar de trabajo, intereses) en el ámbito de lo público, en donde también se exige al usuario:

Añadir una foto para que tus amigos te puedan encontrar [...]. Una vez te hayas registrado, puedes acceder a tu perfil cuando lo desees y añadir o eliminar información personal [...] como tu ciudad de nacimiento, familia, relaciones y tus tendencias políticas y religiosas (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

Al momento del registro los usuarios están aceptando la disponibilidad de su información íntima a disposición de Facebook y de su estructura pública, ya que esta red

social usa un juego de palabras que confunde al usuario con respecto a eliminar o no los datos ingresados en el registro. En este sentido, uno de los creadores de la CST, Bijker, explica esta problemática a través del concepto de “marco tecnológico, el cual es creado por los grupos sociales relevantes para describir como interpretan a Facebook mediante los elementos (política y configuración de privacidad) que influyen en cada una de sus interacciones. (Bijker, 1995: 123). De esta manera, la responsabilidad se acredita a Facebook, porque al instante del registro la información del usuario está disponible al público, siendo la propia red social quien sigue controvirtiendo el texto de su privacidad a la hora de su funcionamiento, y después la responsabilidad la asume el usuario por desconocimiento de la política de privacidad, o, por su propia decisión de formar parte de aquella plataforma estereotipada, en donde la propiedad intelectual del espacio privado se visibiliza como un bien de la esfera pública.

La discusión acerca de la privacidad en Facebook se construye de manera acelerada, porque su política facilita la utilización y disponibilidad indebida de los datos personales por otros actores sociales y tecnológicos. También se exponen aquellos datos gracias a la participación activa de los usuarios en otros entornos socio – técnicos como cuentas de usuarios desconocidos, enlaces o aplicaciones, ya que hacer uso de Facebook implica “compartir contenido con los demás, por ejemplo actualizar tu estado, cargar o hacer una foto o un vídeo, compartir un enlace, crear un evento o un grupo, hacer un comentario, escribir algo en el muro de alguien, escribir una nota o enviar un mensaje” (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

¿Cómo se controvierte la privacidad del usuario? Al subir, comentar, etiquetar y poner un “Me gusta” a una foto, enlace o aplicaciones sin ninguna restricción o configuración de privacidad, se está liberando automáticamente la información personal del usuario de manera pública, al servicio de cualquier actor social y tecnológico desconocido, es decir, mientras más activo sea el participante habrá mayor exposición de sus datos personales dentro y fuera de la plataforma tecnológica de Facebook. Todo movimiento o acción queda registrado en la cookies de esta red social y de sus empresas afiliadas.

En el sistema de registro de contactos que ofrece Facebook a sus usuarios se torna controversial, porque esta estructura tecnológica solicita al usuario datos informativos de sus amigos (correo electrónico, nombre y apellido) para localizarles

dentro y fuera de su plataforma, ya que “Facebook ofrece herramientas de importación de contactos para ayudarle al usuario a cargar las direcciones de sus amigos y así encontrarles rápidamente e invitarles a unirse a su grupo social” (Facebook: Política de Privacidad, 2009). De esta manera, el registro de contactos es un tema de discusión ya que Facebook utiliza un “buscador” muy sofisticado para encontrar amigos y conocidos (hasta desconocidos) que se perdieron en el tiempo y en el espacio de la esfera real. Ese “buscador” es una aplicación de Facebook para encontrar la vida privada de otros hecha pública.

En Facebook también se encuentra la opción de la “ubicación” que posibilita y visibiliza al usuario en cualquier etiqueta de foto publicada en otros entornos que estén ligados a Facebook. Según esta red social, “Cuando compartes tu ubicación con otros, o, añades una ubicación a una publicación, la tratamos como cualquier otro contenido publicado” (Facebook: Política de Privacidad, 2009). Sin embargo, aquella opción se convierte en el “GPS” de los usuarios para mantenerlos vigilados, no solo desde el propio Facebook, sino también por los organismos públicos de control como la Agencia de Seguridad Nacional (NSA) y el FBI de los Estados Unidos:

Estas entidades públicas tienen acceso a los servidores de los grandes proveedores de servicios Internet, como Microsoft, Apple, Google y Facebook [...]. Según un documento de abril de 2013, estas actividades de control y vigilancia forman parte de un programa clasificado llamado PRISM iniciado en 2007 para investigar las amenazas extranjeras contra Estados Unidos [...] “a través de comunicaciones en vivo y la información almacenada”, aseguró The Washington Post y The Guardian (Networkworld, 2013).

Se puede afirmar que el gobierno de los Estados Unidos ejerce una política pública de presión y espionaje para fraccionar el funcionamiento y la política de privacidad de Facebook, ya que según Edward Snowden, ex - agente de la CIA y ex – colaborador de la NSA, “esta red social ha sido una de las estructuras de recolección de datos personales sobre ciudadanos estadounidenses por parte de la NSA para integrar su gran banco de metadatos con el fin de crear complejos esquemas de conexiones sociales” (Casadebunhers.com, 2013). De esta manera, la NSA se convierte en un centro bibliográfico de información ajena para realizar futuras investigaciones que terminen en demandas públicas y judiciales hacia uno o varios sujetos sociales considerados una amenaza al mundo. Tecnológicamente hablando, aquella institución de inteligencia norteamericana “creó una infraestructura que le permite interceptar y capturar la

inmensa mayoría de las comunicaciones humanas, de manera automática, permitiéndole obtener correos, señas, registros de teléfono, datos de tarjetas de crédito”, describió Snowden (LIT – CI. 2013).

La red social Facebook devela no solo una estructura tecnológica de carácter gubernamental que se sirve de la información ajena para fines públicos, sino también se refleja una plataforma construida desde percepciones publicitarias para registrar todas las acciones desarrolladas por sus usuarios y convertirlas en productos de información comercial que se disparan a través de otros dispositivos de conexión como teléfono móvil, sitios web o cualquier aplicación disponible. Entonces, se visibiliza la concepción de lazos de poder entre Facebook y sus empresas afiliadas que desarrollan aplicaciones para establecer compromisos económicos a cambio de venta y oferta de datos personales, datos que son fáciles de detectar en el ciberespacio y Facebook, “quien utiliza cookies (datos que almacena en los dispositivos mencionados durante un periodo prolongado) para que su plataforma virtual sea más fácil de usar, para que su publicidad sea mejor y para proteger tanto al usuario como a Facebook” (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

### **Facebook y sus “gemelos” publicitarios**

Facebook es la plataforma que desarrolla publicidad al por menor más importante del mundo, en la que se visibiliza un sin número de aplicaciones diseñadas por sus empresas afiliadas que ingresan libremente a los muros personales para ofertar sus productos tecnológicos que cautivan a la gran mayoría de usuarios. ¿Cuál es el tipo de funcionamiento entre Facebook y sus terceros actores? Facebook responde que “cuando te conectas a un sitio web, o, a una aplicación de la plataforma, nos suministrarán información [...] (“seguimiento de conversión”), incluida la información acerca de las acciones que realizas” (Facebook: Política de Privacidad, 2009), acciones que devienen de cualidades del usuario como gustos, tendencias, ideología y entretenimiento que le sirven a Facebook para buscar en el hipermercado más empresas que se apunten a esas cualidades, todo por establecer convenios económicos y comerciales que terminan en el incremento de su cuenta bancaria y en la bolsa de valores de Nueva York.

Cuando un usuario se une voluntariamente a una aplicación de carácter publicitario mediante Facebook Connect, Facebook “recibe información sobre si el usuario ha visto o no, o si ha interactuado con determinados anuncios (o spots audiovisuales) de otros sitios, para medir la efectividad de dichos anuncios” (Facebook: Política de Privacidad, 2009). Cuando el usuario le da un “Me gusta” a esos anuncios, le está facilitando a Facebook sus tendencias y gustos que posteriormente se visibilizarán en su estructura pública y también en el espacio privado de un anuncio de iguales características al que escogió el usuario. Así trabaja Facebook, así se construye Facebook.

### **Facebook: Usuarios y terceros actores sociales**

La opción de “configuración de la privacidad” sirve para limitar e invisibilizar a terceras personas desconocidas del muro o perfil de Facebook, esa opción le brinda al usuario la autoridad para tomar decisiones coherentes en la protección de sus datos personales. Sin embargo, “algunas categorías de información, como el nombre del usuario, la foto de su perfil, su lista de amigos, las páginas de las que es fan, su sexo y las redes a las que pertenece se consideran públicas” (Facebook: Política de Privacidad, 2009) porque pueden ser configuradas en los términos de privacidad que, por desconocimiento del usuario, aquella información puede ser objeto de plagio y fotomontajes por parte de otros usuarios.

El juego de palabras que se evidencia en el texto de la política de privacidad de Facebook se controvierte aún más cuando este artefacto virtual manifiesta que “parte del contenido que compartes y de las acciones que llevas a cabo se mostrarán en las páginas de inicio de tus amigos y en otras páginas que visiten” (Facebook: Política de Privacidad, 2009), es decir, las acciones que desempeñan los usuarios no solo son notorias en su círculo social e identitario, sino también en territorios no explorados, en donde existen terceros actores desconocidos que pueden fraccionar el ámbito íntimo de los usuarios para crear malestares sociales como el bullying. Esta problemática social es visible porque Facebook argumenta que “el usuario debe entender que la información puede ser compartida o copiada por otros usuarios” (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

La corresponsabilidad en la interacción e interrelación social que se tiene con los pares sociales y desconocidos en la estructura tecnológica de Facebook es decisión del propio usuario, porque él es quién decide qué, cuándo, cuánto y dónde compartir información íntima, pero si su acción se realiza en otro perfil, ésta deja de ser suya para convertirse en ajena. Facebook valida lo siguiente: “Cuando publicas información en el perfil de otro usuario o realizas un comentario en la publicación de otro usuario, dicha información queda sujeta a la configuración de privacidad del otro usuario” (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

Con los reiterados cambios que realiza Facebook en su política y configuración de privacidad, siempre causará malestar social en sus usuarios, poniendo en riesgo sus datos personales para fines publicitarios dentro del hipermercado, por lo que los usuarios pueden tomar la decisión de eliminar sus cuentas definitivamente. Sin embargo, esta red virtual advierte que:

Incluso tras haber eliminado la información de tu perfil o tras haber borrado tu cuenta, es posible que alguna copia de dicha información permanezca visible en algún otro lugar si ha sido compartida o distribuida de algún otro modo según tu configuración de privacidad o ha sido copiada o almacenada por otros usuarios (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

Si el usuario se invisibiliza para siempre de esa comunidad virtual, sus datos privados y sus acciones seguirán disponibles para Facebook u otros usuarios y aplicaciones. Cuando un usuario cierra su cuenta, su nombre y apellido sigue registrado en el “buscador” de Facebook, en otras palabras, la información del usuario no desaparece, queda archivada para una futura reapertura de su perfil. Lo mismo sucede con el chat, todas las conversaciones quedan registradas y disponibles en los perfiles de los amigos, conocidos y desconocidos.

En la estructura tecnológica de Facebook las opciones poseen términos confusos y metafóricos, por ejemplo, en la “configuración de privacidad predeterminada” existe la opción “todos”, esta palabra hace referencia a restringir o habilitar publicaciones a nivel público. En contraste, una mayoría de usuarios creen que aquel término sirve para publicar solo a sus amigos de contactos, concepción errada por desinterés en la política de privacidad. La opción “todos” pertenece a la esfera pública, no a la privada, por lo que Facebook visibiliza otras opciones como “solo amigos, amigos de amigos, solo yo,

personalizado” para proteger y brindar seguridad a la información que se desea publicar.

En el texto de privacidad de esta plataforma virtual se argumenta que:

La información compartida con "todos" permanecerá accesible y visible para todo aquel que entre en internet (incluidas las personas no registradas en Facebook), queda sujeta a indexación por parte de motores de búsqueda de terceros, y puede ser importada y exportada por nosotros o por otros usuarios sin limitaciones de privacidad. (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

Las acciones que realizan los usuarios en otros entornos fuera de Facebook son controladas por su plataforma para mantenernos rastreados sin ninguna restricción. En este aspecto, se debate permanentemente algunos puntos importantes de la sección 9 de la Declaración de Derechos y Responsabilidades de esta red social, por lo que se reflexionan los ítems más importantes que propone Facebook a sus usuarios, usuarios que en su accionar fraccionan estos ítems legales como “no recopilarás información de otros usuarios [...], no acosarás ni intimidarás a ningún usuario [...], no publicarás contenido que contenga lenguaje ofensivo, resulte intimidatorio o pornográfico [...]. No utilizarás Facebook si eres menor de 13 años” (Facebook: Declaración de Derechos y Responsabilidades, 2013). Este reglamento que reposa en los intersticios de la privacidad de Facebook es aparentemente un homenaje a la protección de la información privada de los usuarios, en contraste, su estructura tecnológica posibilita la permanente construcción de fraccionar el espacio íntimo para hacerlo más novedoso e interesante, por lo que el funcionamiento tecnológico de esta comunidad virtual invisibiliza su discurso legal de que “Si infringes repetidamente los derechos de propiedad intelectual de otra persona, desactivaremos tu cuenta si es oportuno” (Facebook: Declaración de Derechos y Responsabilidades, 2013).

En la interacción e interrelación diaria que se realiza en la plataforma de Facebook se construyen más controversias que terminan en la personalización de datos ajenos, comunicacionalmente hablando, se convierten en productos intelectuales de uso público y comercial que están visibles y a disposición de otros sujetos sociales y de empresas afiliadas, quienes incurren en fracturar reiteradamente la vida privada de otros usuarios mediante acciones no tolerables como el plagio, el robo de identidad y la publicidad de datos personales.

## **Facebook y otro estilo de funcionamiento**

El texto de la política de privacidad de Facebook es un documento de escritura devenida del hipermercado, del comercio y la publicidad con el afán de fragmentar la esfera íntima y cautivar con productos socio – técnicos a sus usuarios, pero ¿Cómo logra Facebook emparejar al usuario con el perfil de una empresa afiliada? Según esta estructura tecnológica:

Emparejamos los anuncios que ofrecemos con información pertinente que poseemos sobre ti y sobre tus amigos para que los anuncios resulten más interesantes y se adapten mejor a ti y a tus amigos. Por ejemplo, si te haces admirador de una página, podemos mostrar tu nombre y la foto de tu perfil al lado de un anuncio de dicha página que verán tus amigos (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

En la opción de “sugerencias” (ubicada en la parte superior izquierda del perfil del usuario), Facebook se convierte en el intermediario para exponer el perfil personal a terceras actores sociales y tecnológicas, función similar a la de las aplicaciones. Desde el contexto de Facebook, ¿qué se entiende por el término “sugerencias”? El libre acceso de esta red social al ámbito privado de la base de datos del usuario para transferirlos a la esfera pública. Según Facebook: “utilizamos la información de tu perfil, las direcciones que importas a través de las herramientas de importación de contactos para ayudarte a conectar con tus amigos, lo que incluye hacerte sugerencias a ti y a otros usuarios con los que conectes en Facebook” (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

La mayoría de las configuraciones de privacidad que Facebook le ofrece a sus usuarios develan cambios inesperados y controversiales en su funcionamiento tecnológico que genera otras dinámicas de interacción e interrelación social entre sus usuarios, en donde se expondrá aún más la vida privada a disposición de lo público, haciendo de los datos personales un producto mercantil de gran valor en el hipermercado.

## **Facebook y la norma de la ley**

La política de privacidad de Facebook es un texto jurídico que devela su manera de funcionar en el ciberespacio para poder normar y regular dentro de su estructura

tecnológica la interacción e interrelación social de sus usuarios, que se convierten en actores secundarios en exponer su vida íntima al ámbito público, por lo que se requiere una revisión permanente en las opciones de la configuración de privacidad.

Existen criterios y demandas de usuarios que exigen a su red social cambiar su código de privacidad para no transitar en cambios tras cambios que posibiliten la aparición de malestares sociales como el bullying, el racismo, la pedofilia, secuestros, robos de identidad. Todo esto se va construyendo de manera acelerada porque Facebook no hace absolutamente nada para proteger definitivamente el espacio íntimo de los usuarios, usuarios que indebidamente se convierten en productos de uso públicos, legitimando aquel discurso que prometió dentro del marco legal de “revelar información con arreglo a citaciones, órdenes judiciales u otros requerimientos (incluidos asuntos civiles y penales) si creemos de buena fe que la ley exige dicha respuesta” (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

Cuando Facebook realiza cambios en la configuración de su privacidad sigue construyendo las controversias y visibilizando el espacio privado de los usuarios en el entorno público y comercial, por lo que el texto de su política de privacidad continúa fracturándose. Además, se había descripto que Facebook es un colaborador en la entrega de datos personales a instituciones públicas del gobierno de los Estados Unidos como la NSA, Agencia Nacional de Seguridad, la CIA y el FBI, evidenciando en palabras de Foucault, “relaciones de fuerza y poder” gubernamental, jurídico y tecnológico, ya que Facebook afirma que:

Podemos compartir información si creemos de buena fe que resulta necesario para impedir un fraude u otra actividad ilegal, evitar un daño físico inminente o protegernos tanto a nosotros como al usuario de personas que infrinjan nuestra Declaración de derechos y responsabilidades (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

En este marco legal se repite el discurso de que la información de los usuarios es una información transferible para las agencias de inteligencia y espionaje de los Estados Unidos, ya que las medidas de protección de Facebook hacia sus usuarios no generan confianza y corresponsabilidad, porque esta red social fracciona sus propios filtros de seguridad, altera su código y burla el marco legal y jurídico de su política de privacidad. Acciones que los usuarios perciben como inseguras e inapropiadas, sin entender ni creer en discursos tecnológicos de esta índole: “Mantenemos la información de tu cuenta en

un servidor protegido con un firewall, es decir, cuando introduces información confidencial (contraseñas y números de tarjeta de crédito), la ciframos usando tecnología de capa de socket seguro (SSL)” (Facebook: Política de Privacidad, 2009) que no genera la confiabilidad de mantener la información privada en armonía. En este aspecto, se puede argumentar que Facebook es un artefacto social y tecnológico que aparentemente “utiliza medidas sociales y automatizadas para aumentar la seguridad (como el análisis de la actividad de la cuenta por si hubiera algún comportamiento fraudulento o anómalo de otro tipo)” (Facebook: Política de Privacidad, 2009)

Aparentemente Facebook es una plataforma virtual que está diseñada bajo procesos tecnológicos de alto nivel y seguridad para garantizar la protección de los datos personales de los usuarios en los intersticios de su estructura tecnológica. Sin embargo, los filtros de seguridad son vulnerables y sensibles a cualquier intromisión de terceros, por lo que esta red social argumenta que “ninguna medida de seguridad es perfecta ni impenetrable [...]. No podemos garantizar que la información que compartas en Facebook no pase a estar disponible públicamente (Facebook: Política de Privacidad, 2009), por lo que aquel discurso evidencia una presión gubernamental de los Estados Unidos en legitimar un sistema vulnerable y de fácil acceso a la vida privada de los usuarios.

La dicotomía de los usuarios contra Facebook genera un clima de inestabilidad en la plataforma virtual, una sensación de percibir la irracionalidad con respecto a mejorar sus filtros de seguridad y una conmoción social de vivir como sujetos de identidad pública, sin el derecho a la réplica de permanecer en lo privado.

### **Construcción Controversial de la Privacidad**

Cuando Facebook ingresó al ciberespacio se anunció la llegada de una plataforma virtual que inscribió su nombre en las páginas de la historia, proclamándose como la red social más popular e idolatrada entre los sujetos sociales de la esfera global. Como se conoce, Facebook fue creado por Mark Zuckerberg, un estudiante estadounidense de la Universidad de Harvard que dio a conocer a sus amigos y otros universitarios su creación para establecer relaciones identitarias con los amigos, conocidos y otros grupos

relevantes para afianzar la interacción e interrelación social. “El nombre del sitio hace referencia al boletín que la administración de muchas universidades entrega a los estudiantes de primer año, con la intención de ayudarles a que se conozcan más entre sí” (Sitios Argentina, 2008). Pero ¿Qué quiere decir Facebook?

La plataforma de Facebook es un sitio de redes sociales para ayudarle al usuario a compartir su información con los desarrolladores de las aplicaciones, de los juegos y los sitios web en base a la información de sus intereses y gustos. Es una plataforma que permite la interacción social con amigos que están fuera de Facebook. De este modo, esta plataforma te ayuda a personalizar y socializar aún más tus experiencias en internet (Facebook: Política de uso de datos en Acerca de la Plataforma, 2013).

En sus inicios Facebook fue concebido como una red social de corto alcance, los registros de solicitud eran aceptados a través de correos de varias universidades de los Estados Unidos y con algunas excepciones en otros países, es decir, la privacidad era su código para hacer de este artefacto social y tecnológico una comunidad privada de amigos y conocidos en la que solo se podía subir fotos, establecer grupos de interés y comentar en el muro de otro amigo. En el 2004 Facebook tuvo aproximadamente “*un millón de usuarios*” (HI Social, 2004) de todas los lugares del mundo, por lo que se transformó en una plataforma intercultural de relaciones identitarias, de múltiples idiomas y costumbres. Al año siguiente, en el 2005, la interconectividad e interrelación social se construye aceleradamente en Facebook convirtiéndose en el centro de interés social del mundo virtual con cerca de “*5.5 millones de usuarios*” (Goga, 2011)

Las primeras demandas sociales acerca de la privacidad en Facebook se visibilizaron en 2006 donde alcanzó los “*12 millones de usuarios*” (Hi Social, 2006), en la que su funcionamiento tecnológico fraccionó el espacio privado de los usuarios cuando a través de un discurso su creador y fundador Mark Zuckerberg, anunció que “*Facebook estaría disponible para cualquiera*” (ALTIO 40, 2010). Con aquel discurso, esta red virtual invisibilizaba la exclusividad de lo íntimo de los estudiantes para convertirla en ofertas de información pública, entonces, el malestar social empezó a despertar de aquella oscuridad de lo privado para ver en la esfera virtual su vida a disposición de la luz pública. En este sentido, la privacidad en Facebook se convirtió en un concepto controversial de debate público entre varios actores multidisciplinares.

En el 2007 Facebook tenía cerca de “50 millones de usuarios en línea” (HI Social, 2007), en donde se preveía una construcción acelerada de su popularidad a nivel de todo el ciberespacio. Sin embargo, en medio de su desarrollo y éxito atravesó una demanda judicial por apropiación de propiedad intelectual ajena:

La primera demanda fue iniciada por Cross Atlantic Capital Partners [...] (enfocado en la inversión y comercialización de patentes) reclamaron por la infracción a la patente número 6,519,629 (aprobado en 2003) [...] que es un sistema para crear una comunidad de usuarios con intereses comunes para que interactúen Solo se solicitaba los regalías que corresponderían por el uso de la patente (Cross Atlantic Capital Partners, s.f.)

En este punto de análisis se visibilizó a Facebook como una empresa que generaba controversias judiciales por no respetar la propiedad intelectual de otra institución comercial, por lo que se evidenció que esta red social no respetaba la privacidad. Sin embargo, surgió otra demanda de los hermanos Winklevoss y su socio Divya Narendra dueños de ConnectU, acusando a “Mark Zuckerberg por robar sus ideas mientras eran compañeros en Harvard University, por lo que pidieron que se otorgue el control total de la empresa y sus activos” (Gastón Bercun, 2007) como una forma de hacer respetar su propiedad intelectual, pero en el transcurso del proceso se confirmó que su petición no tenía certificación legal, por lo que “El juez del Tribunal del Distrito Norte de California James Ware rechazó esa reclamación y decidió que Facebook accede en la práctica a comprar ConnectU, por un precio combinado en dinero en efectivo y acciones” (La Nación.com, s.f.).

En el transcurso de esas demandas judiciales se sumaron discursos demandantes de algunos usuarios con respecto a una nueva característica denominada “Poking” que ponía en riesgo la información personal que reposaba en los intersticios del ámbito privado: “Cuando un usuario es "poked" aparece un icono en la home de su Facebook, con la opción "quitar o admitir poke". Si se elige esta última opción los usuarios permiten al visitante ver la información de su perfil durante siete días” (SOPHOS, 2007).

La construcción de la controversial privacidad en Facebook provocó otras demandas sociales y cambios en su configuración de privacidad, la red social llegó a establecer contratos con instituciones publicitarias mediante “la integración y creación de nuevas herramientas (su código para que los usuarios puedan crear sus propias

aplicaciones)” (Fernández, 2010) y hacer de esta plataforma más pública y menos privada. Varios usuarios se inscribieron en esas aplicaciones para descubrir nuevos mundos, comunidades fértiles que les brinden un nuevo éxtasis virtual, sin embargo, desconocían que su información personal era el mecanismo de oferta que brindaba Facebook a sus afiliados de la publicidad. Ya no era un acuerdo entre Facebook y sus usuarios, sino entre Facebook y su tercer actor – empresas publicitarias previo desconocimiento de su principal actor social – los usuarios.

La controversia en torno a la privacidad tuvo repercusiones en noviembre y diciembre de 2007 cuando esta red social funcionaba bajo el programa publicitario denominado Facebook Beacon. Este programa se convirtió en una pesadilla para todos los usuarios, se creía en un inicio que se daba mayor control a sus usuarios, pero la realidad era otra. La noción de la privacidad salió a la luz pública cuando varios usuarios dieron información a otros sitios para poder participar en algunas comunidades, lo que se desconocía era que esos sitios asociados brindaban información personal a Facebook.

Facebook Beacon era “un sistema por el que los usuarios de Facebook enviaron información desde comunidades externas (de momento habían 44) [...]. Sirva de ejemplo lo que cuenta Charlene Li [...]: compró una cafetera y se encontró que todos sus contactos se habían enterado porque apareció en su newsfeed (“es una lista de aquello que tus contactos han hecho, desde subir fotos a escribir en el blog pasando por apuntarse a grupos o instalar aplicaciones) algo que no era lo que ella buscaba (Ortiz, 2007).

El nuevo sistema de Facebook Beacon violó la privacidad de los usuarios ya que se presentaba como un modelo publicitario de largo alcance asociado a otros sitios (donde la información personal de los usuarios era la clave para extenderse), por ejemplo, su funcionamiento clave se denominó Newsfeed, el cual dio a los usuarios la apertura de ingresar a una participación más activa, más dinámica y más divertida, conociendo nuevos mundos en otras comunidades virtuales, en donde los datos privados de los usuarios y no usuarios llegó a instalarse en los cookies de Facebook y de sus pares de la esfera publicitaria.

Los reclamos eran evidentes dentro de la plataforma virtual porque Beacon era catalogado como peligroso para la vida privada de los usuarios, por lo que organismos gubernamentales como la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos (FTC) e instituciones electrónicas que controlan y regulan la privacidad en internet también se

quejaron de lo ocurrido. Facebook Beacon desapareció después de las demandas de sus usuarios, ya que el miércoles 5 de Diciembre de 2007, Mark Zuckerberg se pronunció en el blog de Facebook:

Nuestro objetivo con Beacon era crear un producto simple para que la gente compartiera y controle su información con amigos a través de los sitios [...], pero perdimos el equilibrio. [...] El problema con nuestro enfoque inicial de lo que es un sistema de opt-out (“cláusula de exclusión voluntaria, no participación”) (Reverso, (s.f.) [...]) “en lugar de opt-in era que si alguien se olvidó de negarse a compartir algo, Beacon todavía compartía la información con otros” (Zuckerberg, 2007).

A inicios de 2009 Facebook registró cerca de “350 millones de usuarios” (Goga, 2011), pero la compañía encontró nuevamente su “talón de Aquiles” – la configuración de privacidad violaba las leyes de algunos países como Estados Unidos, Canadá, Noruega, Australia, Irlanda, etc., quienes de manera pública anunciaron su inconformidad y descontento. En julio del mismo año, la Comisión de Privacidad de Canadá mostró preocupaciones con el diseño de privacidad y el uso de información privada que Facebook le facilitaba a sus pares comerciales mediante la incorporación de aplicaciones de juegos y concursos. En una investigación, Jennifer Stoddart, Comisionada de Privacidad determinó que “Facebook se ha comprometido a modernizar su plataforma de aplicaciones con el fin de evitar que los desarrolladores tengan acceso a la información personal de usuarios - a menos que los usuarios proporcionen un consentimiento expreso” (Office of the Privacy Commissioner of Canadá, 2009). De esta manera, se estaba exigiendo a la red social que le otorgue mayor seguridad a su estructura tecnológica, anteponiendo su relaciones identitarias comerciales por las justas demandas de sus usuarios en post de proteger su espacio privado. La comisionado Stoddart argumenta que “Facebook debe implementar una política de retención en la que los datos personales de los usuarios que han desactivado su cuenta se eliminará de los servidores del sitio después de un período de tiempo razonable” (Office of the Privacy Commissioner of Canadá, 2009).

La Comisión de Privacidad de Canadá advirtió a todo el mundo que Facebook no cumplía ni garantizaba la protección de los datos personales de los usuarios y la controversia se develó ante la opinión pública cuando la información del usuario quedó disponible aunque su cuenta estuviera desactivada. La Comisión Canadiense obligó y llegó a un consenso con Facebook para que realice cambios en su política y configuración de la privacidad.

En Agosto de 2009 Facebook tuvo que contribuir al cambio en sus políticas de configuración de privacidad mediante cuatro lineamientos que le exigió la Comisión Federal de Canadá:

- a) La Comisión de Privacidad acusó a la red social de no tratar adecuadamente los datos;
- b) Se exigió a las aplicaciones que detallan a qué categorías de información desean acceder;
- c) Los usuarios deberán dar su consentimiento y se protegerán mejor los datos de no miembros, y
- 4) Se aclaran otros aspectos como la diferencia entre desactivar la cuenta y borrarla (Rtve.es, 2009).

En esta instancia ¿qué significaba para los usuarios de esa época lo privado y lo público dentro de esa plataforma virtual? Seguramente los usuarios jamás pensaron que su información era para Facebook tanto privada como pública, y que se la concedía hacia un tercer actor relevante: las aplicaciones creadas por sus compañías afiliadas. De esta manera, el usuario de Facebook comenzó a percibir una lógica racional acerca de cómo se estaba construyendo su privacidad en el ámbito público y comercial, por lo que se vieron más comprometidos en no visibilizar abundante información personal para resguardar su espacio privado, exigiendo a Facebook que fortalezca sus filtros de seguridad y privacidad. En Septiembre del mismo año por pedido de la Comisionada de Privacidad de Canadá, “Facebook aceptó modificar algunas de sus normas sobre privacidad para “proteger mejor la información personal de sus usuarios de todo el mundo, [...] dándoles el control necesario para eliminar su cuenta y no sólo desactivarla” (Audea, 2009). En este sentido, Facebook instaló un tipo de funcionamiento más sofisticado que ampare el derecho a la armonía de los datos íntimos y el derecho a la libre elección del usuario a desaparecer definitivamente su información y cuenta de aquella estructura tecnológica. Según Stoddart, “*estos cambios darán a los usuarios “más transparencia, control y protección” sobre la información que ofrecen a los diseñadores de algunas de las aplicaciones como juegos y cuestionarios (Audea, 2009).*

En Diciembre de 2009, la construcción controversial de la privacidad en Facebook volvió al debate en la palestra pública de la realidad y de la virtualidad cuando aparecieron las palabras modificación y cambio, por lo que nuevamente la información privada de los usuarios se hacía pública después de que Mark Zuckerberg manifestó que “configuró la mayoría de su página personal de Facebook para que los amigos de mis amigos lo pudieran ver, acceder a fotos, a algunos datos, eventos que asistirá y actualizaciones de estado privados” (El Diario.com, 2009).

El discurso emanado por Mark Zuckerberg de cambiar la configuración de la privacidad no solo hizo resurgir el reclamo avivado de sus usuarios, sino también de ciertas instituciones informáticas de orden regulador que contribuyen a la libertad y la defensa de la privacidad como la Electronic Frontier Foundation (EFF), quién advirtió que “el nombre, la fotografía, la ciudad actual, sexo, redes y páginas de las que es fan el usuario son parte de lo que se llama PAL, "Publicly Available Information" (visible para todos)” (Thúer, 2009), poniendo nuevamente en riesgo la información personal a disposición de lo público y publicitario. La American Civil Liberties Union (ACLU) estableció tres demandas a Facebook: “a) permitir control total al usuario, b) proporcionar opciones por defecto más privadas y 3) restablecer la posibilidad de seleccionar si compartimos información o no con una aplicación” (Thúer, 2009).

La opción “amigos de mis amigos” que propuso Facebook no solo devino la relación entre el “yo” de mi perfil con el “otro” amigo conocido, sino también se estableció una relación con terceros actores sociales y tecnológicos como ciertas aplicaciones desconocidas que comenzaron a salir en cada uno de nuestros muros (por medio de cuestionarios y de juegos) para darle al usuario la opción de aceptarlas o rechazarlas. Sin embargo, se violó el espacio privado en el momento que estas aplicaciones se visibilizaron en el muro del usuario, porque la estructura tecnológica de Facebook tenía la libertad de disponer los datos personales como una mercancía para otras empresas afiliadas.

En enero de 2010 Facebook tuvo aproximadamente “600 millones de usuarios” (*Hi Social, 2010*) que se encontraban en plena interacción e interrelación social y tecnológica, en donde la construcción controversial de la privacidad adquirió nuevas demandas que vinieron del orden jurídico – gubernamental, por lo que se visibilizó en la esfera pública a Vivian Reding, Comisionada Europea a cargo de los Medios y la Sociedad de la Información, quien dijo que “Facebook, MySpace y Twitter se han vuelto muy populares, particularmente entre jóvenes. Sin embargo, los niños no siempre pueden evaluar todos los riesgos asociados con la exposición de datos personales” (El Universo, 2010). Este discurso evidenció de nuevo la preocupación que tuvieron los parlamentarios y representantes de los países Europeos en cómo Facebook se estaba construyendo en una plataforma de libre acceso, sin medir género y edad. En contraste, Mark Zuckerberg afirmó que “la conducta social estaba cambiando a causa de internet y

que la privacidad no era lo mismo ahora que hace seis años” (El Universo, 2010), ya que los ciudadanos y usuarios activos les gusta ser más visibles ante sus grupos sociales relevantes para ganar mayor popularidad y liderazgo.

Los cambios y modificaciones que le dieron Mark Zuckerberg y su grupo de trabajo al diseño de privacidad de su estructura tecnológica conllevó nuevamente un asunto de Estado en todos los países de la esfera global, aludiendo que las redes sociales como Facebook demuestran un funcionamiento estereotipado, al puro estilo del “Gran Hermano”, por ejemplo, casos como “el del soldado israelí que anunció detalles de una ofensiva en Facebook y la condena por homicidio de un violador en Gran Bretaña que se hizo pasar por un niño en el sitio” (El Universo, 2010) evidenciaron la preocupación en los parlamentarios y padres de familia, quienes percibieron a Facebook como un instrumento muy peligroso, difícil de controlarlo y regularlo.

Las palabras expresadas por Zuckerberg denotaron que Facebook estaba cambiando su funcionamiento, porque la gente es más exigente, más liberal, o como él mismo lo manifestó en una conferencia: "La gente realmente se ha acostumbrado a no sólo a compartir más información y de distintos tipos, sino también a hacerlo más abiertamente con más personas" (El Universo, 2010). Sin embargo, aparece Thomas Nortvedt. Director de asuntos digitales del Consejo Noruego de Consumidores, quien aludió que “las opciones de privacidad en Facebook han generado conciencia [...] sobre la privacidad en las personas, los gobiernos y las autoridades regulatorias [...]. Ellos ven que esto, si no es un problema, es al menos un desafío” (El Universo, 2010) para tomar medidas regulatorias de control y protección de la propiedad intelectual que reposa en los intersticios del espacio privado de los usuarios.

Los organismos gubernamentales de regulación y control de la privacidad en internet tomaron como un reto dicha controversia, y para subsanarla dispusieron de elementos jurídicos que legitimen sus demandas de proteger la información privada de los cibernautas. Pero el problema de la privacidad en Facebook tuvo sus nuevas repercusiones cuando en la Conferencia de desarrolladores del F8 realizado el 21 de abril de 2010, Facebook presentó el nuevo modelo denominado “Open Graph” bajo las opciones del “plug in” de la casilla “Me Gusta”, o en inglés “I Like” para hacer de la interacción e interrelación social mucho más divertida y dinámica:

La casilla “Me gusta” (el antiguo hacerse fan) permite: 1) Ver a cuantos usuarios les gusta y son admiradores de esa página.; 2) Leer post recientes que se han publicado en la página y, 3) Decir “Me gusta” con tan solo un click y sin necesidad de ir a la página en cuestión (Zelewitz, 2010)

La casilla “Me gusta” es un botón activo que está disponible para almacenar la información privada y luego transferirla a otra página que aparecerá de inmediato en el muro, es decir, nuestra vida privada siempre estará disponible para cualquier actor desconocido, por más opciones que se creen en esta estructura tecnológica mayor será nuestra visibilidad dentro del ciberespacio.

El 5 de Mayo de 2010 nuevamente se fraccionó la privacidad en Facebook, los chats o conversaciones privadas que mantuvieron los usuarios en ese día quedó al servicio de lo público, de terceros actores desconocidos (amigos de mis amigos) gracias a una falla técnica que se visibilizó en el funcionamiento de esta plataforma virtual. Fue un acontecimiento palpable que dio como resultado el advenimiento de tragicomedias, en donde la información privada (laboral, sentimental e ideológica) de algunas/os de los usuarios quedó visible por un día que se convirtió en una pesadilla. De esta manera, varios medios alternativos como el recomendable blog Techcrunch informó en estos términos: “Al manipular la característica "vista previa de mi perfil", Facebook dijo que la gente pudo ver los mensajes privados del chat de sus amigos y las peticiones de amistad pendientes” (El Universo, 2010). Este error técnico produjo graves acontecimientos que terminaron en terribles demandas sociales por parte de sus usuarios, quienes inconformes proclamaron mayor control en los filtros de seguridad y configuración de la privacidad para garantizar la intimidad de sus vidas dentro de la red social.

En el transcurso surgió una nueva confrontación y dicotomías entre Facebook y las instituciones electrónicas que regulan la privacidad en internet: Por un lado, una portavoz de Facebook en un comunicado enviado por correo electrónico dijo que “trabajan rápidamente para resolver esta falla técnica (de los chats privados), asegurándonos de que una vez nos informaron del error se encontró rápidamente una solución y se aplicó” (El Universo, 2010) las debidas técnicas para volver a la normalidad. Sin embargo, por el otro lado, Marc Rotenberg, director ejecutivo del Centro Electrónico de Información de Privacidad indicó que “la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos debe actuar sobre las preocupaciones del consumidor,

sobre la descuidada privacidad de Facebook y las prácticas de seguridad (El Universo, 2010). Ante aquellas confrontaciones Facebook anunció que iba a crear mayor seguridad en su diseño de privacidad, ya que cuando Facebook cambia su estilo en el diseño, está cambiando su código que puede ser en su texto y discurso controlable, pero en la práctica diaria de la interacción social puede ser letal para la privacidad de los usuarios.

El 27 de mayo de 2010 algunos medios masivos y electrónicos difundieron que Mark Zuckerberg, por medio de un video, determinó que su estructura tecnológica tendrá nuevos cambios en su configuración, por lo que en junio del mismo año, el sistema de privacidad fue modificado, la configuración se centró en aspectos como lista o datos de contactos, el muro, las aplicaciones y los mensajes del chat que devinieron con nuevas características para un mayor control y mejor funcionamiento. La compañía informó que se aplicó medidas tecnológicas en la que:

Se establece una configuración más sencilla acerca de cómo los usuarios pueden ser encontrados en esta plataforma [...]. Además, se podrán bloquear las aplicaciones que no se quieran usar. Facebook no compartirá información personal con el creador de las aplicaciones (Casals, 2010).

Con estos nuevos cambios en el diseño y funcionamiento de la privacidad se otorgó al usuario el completo control de su muro, para que él pueda disponer de quién o no puede ver su perfil y qué información ofrecer al ámbito público, Estos cambios en la configuración de la privacidad dejaron de lado a una de las opciones más importantes que viola constantemente el entorno privado - la “Personalización instantánea”: “Se trata de páginas web que utilizan la información disponible de los usuarios de Facebook.. Los datos se transmiten de manera automática y sin la aprobación del usuario cuando éste visita la página web del proveedor” (Casals, 2010).

El nuevo cambio en la configuración de la privacidad puso a Facebook en la mira de todas las entidades reguladoras y de control tanto electrónicas como gubernamentales, ya que esta plataforma se estaba convirtiendo en una jaqueca social para sus usuarios, actores políticos y jurídicos. En este punto, Mark Zuckerberg para ablandar toda crítica dijo que los nuevos cambios “sirven para contar con un control único y potente para todo el contenido básico y compartido del usuario, facilitando la desconexión de aplicaciones {...}. Por lo que "la revisión del modelo de privacidad de Facebook ha finalizado" (Rodríguez, 2010).

En junio de 2011 la construcción de la controversial privacidad en Facebook desnudó la información privada de los usuarios en toda la plataforma virtual, por lo que el malestar social fue evidente, aún más cuando en el informe de Sophos Enduser Protection, “encargada de brindar seguridad [...] a la protección web, de datos y correo electrónico” (SOPHOS, s.f.) anunciaba que Facebook cambió su configuración de la privacidad y no se equivocó. En los días posteriores, apareció dentro de los muros de los usuarios una aplicación denominada “Reconocimiento Facial” que tenía la técnica para reconocer el rostro de otra persona en cualquier fotografía etiquetada.

La opción del “Reconocimiento facial” habilitó a los usuarios la posibilidad de conocer fotografías en las cuales estaban siendo etiquetados por “sus amigos” y “amigos de sus amigos”. Cuando los usuarios abrían sus cuentas se les notificaba que alguien les ha etiquetado, y a veces en otras etiquetas aparecían sus nombres y apellidos en la imagen de otra persona, animal u objeto. Esto fastidió a varios usuarios porque se fragmentó su identidad cultural, por lo que estos usuarios recurrieron a las confundibles opciones de configuración de la privacidad para deshabilitar aquella opción:

El usuario tenía que ir a su cuenta de configuración de privacidad, para luego dar clic en “personalizar la configuración” que se ubicaba en la parte inferior de la página. Después tenía que desplazarse hacia abajo, hasta una lista de opciones llamada “compartir cosas con los demás”, y posteriormente se presionaba clic en el botón que decía “sugerir las fotos de mis amigos.”. Al final aparecía la opción de deshabilitar la función de reconocimiento facial (Socialmedia, 2011).

En Agosto de 2011 la opción de ser etiquetado llegó a su apogeo mediante los nuevos cambios en la configuración de la privacidad en Facebook. Recuerdo que antes para ser etiquetado solo se nos notificaba, si a un usuario no le agradaba esa fotografía podía borrarla, sin embargo, Facebook dio a las personas la posibilidad de “autorizar” dicha fotografía etiquetada. También apareció la opción de editar comentarios que, según el redactor Ariel Torres de la Nacion.com, “a partir de la nueva ronda de cambios el suscriptor de Facebook tendrá la opción de ver cómo aparece ante los ojos de los otros directamente en su perfil” (Torres, 2011).

Los cambios expuestos son una de las tantas estrategias publicitarias que Facebook ejecutó para desviar, por un largo tiempo, el debate de su controversial política de privacidad y filtros de seguridad. Estos cambios denotaron ante los “ojos” de la opinión pública la fragilidad de su estructura tecnológica, en la que un poca más de

“500 millones de usuarios” (Goga, 2011) se encontraban en plena interacción e interrelación social con sus amigos, familiares y extraños.

La nueva configuración de Facebook dio la posibilidad de dar un absoluto control a sus usuarios mediante otras opciones de configuración, por ejemplo, “Como conectas”, “Revisión de perfil”, “Visibilidad del perfil” y “Tus amigos pueden indicar dónde estás”, los mismos que posibilitaron la protección de los datos personales que en el transcurso de las dinámicas sociales se volvían más controvertidas.

El 22 de Septiembre de 2011 la construcción controversial de la privacidad vuelve al desorden cuando la mayor parte de la población de Facebook presenció en sus muros la incorporación de un nuevo “plug in sociales” con la opción o botón “Escucha” (función similar a “Me gusta”) para establecer nuevas comunidades identitarias. También reveló en el F8 para desarrolladores la remodelación de su plataforma denominado:

Open Graph, un sistema para creación de aplicaciones y un conjunto de funciones y procedimientos que ofrece cierta biblioteca para ser utilizado por otro software (Wikipedia, s.f.). Además, “se creó la barra de información instantánea – “Ticker” en inglés, “Titulares” en español, Cuando se activa esta barra el muro se vuelve público, por ende los comentarios, fotografías y localizaciones son accesibles para todos los usuarios” (McLaughlin, 2011).

Las Comisiones Federales y Parlamentos de los Estados Unidos y Canadá y algunas entidades electrónicas de control y regulación expusieron públicamente sus quejas porque auguraban que Facebook rompió nuevamente el contrato de la privacidad con sus usuarios. Estos últimos estaban “atomizados” cuando activaron el servicio de Ticker, toda su vida privada estuvo visible para todo el público, por lo que algunos de sus usuarios decidieron optar por el cierre definitivo de su cuenta. Según el experto en seguridad informática Nik Cubrilovic, “cerrar la sesión de esta red social no resuelve el problema, ya que Facebook continua almacenando información de sus clientes a través de cookies – archivos que se guardan en el disco duro del ordenador” (Libertad Digital, 2011).

El 29 de Noviembre del mismo año surge un acuerdo entre la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos (FTC luego se denominó CFC) y la compañía Facebook para establecer y fortalecer ciertas directrices legales en el código del diseño de la privacidad. La reunión fue un éxito para ambas partes, y especialmente para el

bienestar del usuario y toda su propiedad intelectual evidenciada en sus discursos, comentarios y fotografías. Desde su blog el creador y fundador de esta red social, Mark Zuckerberg, dijo que su compañía se compromete en ser “los líderes en la protección de datos personales en Internet y en la construcción de herramientas que diesen a la gente la capacidad de ver y controlar lo que comparte para darle seguridad a su espacio íntimo (FacebookBlog, 2011).

El 29 de Noviembre del mismo año surge un acuerdo entre la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos (FTC luego se denominó CFC) y la compañía Facebook para establecer y fortalecer ciertas directrices legales en el código del diseño de la privacidad. La reunión fue un éxito para ambas partes, y especialmente para el bienestar del usuario y toda su propiedad intelectual evidenciada en sus datos, discursos, comentarios y fotografías. Desde su blog el creador y fundador de esta red social, Mark Zuckerberg, dijo que su compañía se compromete en ser “los líderes en la protección de datos personales en Internet y en la construcción de herramientas que diesen a la gente la capacidad de ver y controlar lo que comparte para darle seguridad a su espacio íntimo. (FacebookBlog, 2011). Sin embargo, aquel acuerdo se visibilizó de manera oficial en diciembre, en la que la instancia legal de la CFC tuvo que dictaminar un control más riguroso a Facebook para presionarlo, condicionarlo y poner un punto final a este malestar en plena construcción social y tecnológica. Según la CFC, “Facebook está sujeto a las penas civiles hasta 16 mil dólares por la infracción y futura tergiversación sobre la privacidad o la seguridad de la información personal de sus usuarios” (Lynn, 2011).

La presión de la CFC más disponibilidad que tuvo Facebook dieron como resultado un consenso legal con el fin de que la red social acepte sus equivocaciones y con el impulso de renovar y mejorar la seguridad en la configuración de la privacidad de sus consumidores, usuarios que se convierten diariamente en los actores principales que otorgan la supervivencia y la riqueza económica de esta estructura tecnológica en el ciberespacio. En este acontecimiento varios actores gubernamentales como:

Los Representantes. Edward Markey y Joe Barton, copresidentes de la Cámara del Comité político de privacidad bipartidaria, elogiaron la acción de la CFC [...] por perseguir los problemas de privacidad en Facebook y garantizar la protección de los datos personales de los usuarios (Lynn, 2011).

A finales de Diciembre sale a la palestra pública la Comisión Irlandesa sobre protección de datos, en inglés Irish Data Protection Commission, que reclamó a Facebook por sus malos ajustes en el diseño de su privacidad, exigiéndole un recambio total de su configuración para brindarle mayor autonomía y control al usuario sobre sus datos personales. Además, darle la facilidad de “eliminar la información personal de los plug-ins sociales, mayor control del etiquetado, así como de la inclusión en grupos relevantes y el uso de datos con fines publicitarios” (El Mundo.es, 2011).

En Febrero de 2012 la compañía Facebook realizó cambios en el muro de sus usuarios, introduciendo el Timeline (en la traducción se denomina “biografía”), una nueva aplicación que era visible en el diseño de la privacidad. Efectivamente, los usuarios comenzaron a descubrir qué beneficios les traía esta nueva modalidad, pues vieron que era muy sencillo de manejar porque Timeline le daba al actor social la permisibilidad de bajar una imagen o fotografía para ubicarla como fondo de escritorio junto a una de tamaño carnet (foto de perfil), y otras opciones gráficas como grupo de amigos, ubicación, instrucción y fotos. Sin duda alguna, esta plataforma nos presentó a una especie de revista o álbum histórico – personal que develó los acontecimientos personales de los usuarios en tiempo real. Sin embargo, la red social advirtió que “permitirá que el servicio sea revisado por los usuarios durante siete días para que puedan determinar qué publicaciones deben aparecer en su Timeline, y después de este tiempo el perfil será publicado automáticamente” (Duarte Roa, 2012) en los espacios de la esfera pública. Pero ¿Qué usuarios de Facebook se van a poner a decidir que es público o privado, sabiendo que su historial en esta plataforma sobrepasa (para una gran mayoría) más de cuatro años? Nadie, una vez más, gran estrategia de Facebook para disponer de la información de sus usuarios. A continuación se describe un discurso demandante de un usuario

Juanitaperecita: “Facebook hace modificaciones constante y arbitrariamente, la opinión del usuario queda marginada. Por eso debemos fortalecer redes sociales alternativas en post de la protección de los datos personales, para que Facebook esté dispuesto a fijarse en lo que nos gusta y nos disgusta de su servicio (Duarte Roa, 2012).

El Timeline que irrumpió el espacio privado de los usuarios de Facebook encontró a la CFC “el juez” que lleva su propio álbum biográfico de antecedentes en incumplir con la protección de los datos personales. Este organismo de regulación y control se unió a las demandas resonantes de la opinión pública, y por medio de un acuerdo jurídico

determinó que la compañía consiga “la aprobación de sus consumidores antes de que cambie la manera en que comparten sus datos y, también requiere que en los próximos 20 años se obtenga las valoraciones periódicas de sus prácticas de privacidad” (Anonymous, 2012) para verificar si Facebook es un actor tecnológico en defender los derechos a la libre elección y uso de la privacidad.

El 15 de Marzo de 2012 Facebook cambió la palabra “políticas de privacidad” por el término de “políticas de uso de datos” para evidenciar que el verdadero control lo tiene el usuario, fomentando un “clima favorable” para mantener en armonía la propiedad intelectual que reposa en la esfera privada del usuario. También el término “Seguridad” se denominó “lenguaje ofensivo” y se valoró la opción “Compartir el contenido y la información” para garantizar al usuario la seguridad y el control exclusivo de qué información hacerla o no pública (Duarte Roa, 2012).

La privacidad de Facebook provocó en los usuarios una incertidumbre que en las noches se convertía en permanentes insomnios, el código de Facebook les tenía en terapia intensiva, sin embargo, los nuevos cambios fueron legitimados por Erin Egan, jefe de privacidad de Facebook:

La red social se toma muy en serio la privacidad, por lo que tomaremos medidas para proteger la privacidad y seguridad de su usuarios mediante la implementación de políticas y acciones legales para el cierre de las aplicaciones que abusan de sus privilegios (Duarte Roa, 2012).

La construcción de la controversial privacidad en Facebook está en constante ascenso, no encuentra su estabilidad y clausura definitiva y, seguramente no la encontrará porque siempre existirán cambios tecnológicos en la estructura de esta plataforma virtual para determinar otro estilo y tipo de funcionamiento. Efectivamente, para que Facebook tenga otra fértil manera de funcionar es gracias a la interacción e interrelación social de sus usuarios.

En Junio de 2012 Facebook lanzó la Herramienta de publicidad móvil para hacer de la plataforma mucho más interactiva y dinámica que se ajuste a sus políticas publicitarias por lo que los usuarios adolescentes y jóvenes adultos de ese entonces disfrutaron de la disponibilidad de esa aplicación para interactuar con sus paralelismos sociales, buscar diferentes enlaces y sitios para introducirse a nuevas comunidades publicitarias. Según Kamala D. Harris, Secretario de Justicia del Estado de California,

“el acuerdo de Facebook y los desarrolladores creados por terceros en el nuevo Facebook App Center, prevé que las apps para móvil que solicitan información personal muestren en pantalla su política de privacidad antes de que sean instaladas” (González, 2012).

La construcción de la controversial privacidad continuó a inicios de Agosto de 2012, cuando Facebook introdujo un nuevo cambio que permitió “segmentar los anuncios publicitarios en base a edad, sexo, “me interesan”, situación sentimental, instrucción académica y empresa” (La Social Media, 2012) para persuadir a los usuarios logrando una mayor participación en los intersticios comerciales que demanden mayor publicidad para posibles convenios y ventas de información privada. En el mismo mes Facebook instaló en su plataforma virtual a Instagram, “una aplicación gratuita para iPhone o para Android que le permite al usuario tomar fotografías y modificarlas con efectos especiales” (Castro, s.f.) que sirvieron para hacer del Timeline o biografía mucho más interesante y popular. En un inicio, la mayoría de los usuarios pensaron que su red social adquirió a Instagram con el propósito de exponer aún más sus datos personales en otra comunidad, sin embargo, los rumores se acabaron cuando la CFC anunció que “las leyes entre Facebook e Instagram no son violables así que damos luz verde para que ambas empresas sigan su proceso de integración contando con la ayuda y la evaluación de la Oficina de Comercio Justo de Reino Unido. (Softthoy, 2012).

Dentro del código de privacidad de Facebook se prohíbe el acceso a los menores de 13 años que ingresan a la red alterando su información personal, especialmente su edad e instrucción académica. Muchos de ellos son ayudados por sus padres o amigos mayores. En Septiembre de 2012 se conoció que la red social “expulsa al año a unos 800 mil menores de 13 años, pero se niega a reconocer que sus esfuerzos para bloquear el acceso de estos no están funcionando” (Gestión: 2012), por lo que el ambiente de Facebook se presenta peligroso para los infantes, quienes corren el riesgo de caer en manos de ciertos depredadores sexuales. En este punto, es importante mencionar a un actor jurídico, la Ley de Protección de Privacidad Online de Niños (COPPA, por sus siglas en inglés) que exige a los vendedores online la prohibición de tener a menores de 12 años en sus estructuras tecnológicas.

En Octubre de 2012 se introducen nuevos cambios: “Las Páginas Globales - que permite a una empresa mantener varias páginas desde una misma URL (Localizador de

Recurso Uniforme), de forma que cada usuario llegue a una u otra en función de su ubicación” (La Social Media, 2012), y en ese trayecto los usuarios desconocen que la información personal de su perfil de Facebook se va archivando en los URL (blogs, medios digitales u otros documentos o enlaces), por lo que se fractura la privacidad por desconocimiento.

En Noviembre de 2012 se rediseñó el Timeline, “Facebook aplicó un nuevo formato de líneas de tiempo del usuario, lo que pone a todos los mensajes en una sola columna de la izquierda y los módulos de actividad en una columna estrecha a la derecha” (Darwell, 2012) que se torna peligroso para el espacio privado de los usuarios porque les están imponiendo diacrónicamente el historial de sus mensajes y actividades sin su consentimiento, entonces, ¿Tenemos control de nuestros muros? En ese mismo mes, por medio de una carta dirigida a Mark Zuckerberg, varios grupos defensores de la privacidad exigieron a Facebook que cambie su configuración de privacidad anunciada. ¿Cuál era el causal para tal reacción? La red social ofreció la información personal de sus usuarios a Instagram, además, “de eliminar el sistema de votación del usuario y relajar las restricciones dentro de su plataforma” (Gestión: 2012) con lo cual se evidenció la disponibilidad de la información (sin consentimiento del usuario) a terceros actores desconocidos de lo social y tecnológico: Por un lado, los más de “1.000 millones de usuarios de Facebook en 2012” (El Mundo.es, 2012) quedaron anonadados en los intersticios de la incertidumbre y, por el otro lado, el discurso de inconformidad gubernamental e informático se hizo eco a través de Gary Davis, Comisionado Europeo de Protección de Datos:

Solicitó a Facebook que aclare sus nuevos cambios en la política de privacidad de los usuarios [...]. También considera que Facebook puede evitar posibles problemas legales dando a los usuarios la posibilidad de aceptar o rechazar el intercambio de datos con sus afiliados, como Instagram (RT, 2012).

Las reacciones provocaron fuertes demandas sociales, mensajes y publicaciones hechas por los usuarios en sus muros en contra de esos cambios y de facilitar información a Instagram sin ser comunicados. La respuesta no se hizo esperar, Facebook salió de su nicho comercial para declarar que “los usuarios son "dueños" de los contenidos que publican, aunque aclaran que esa información está supeditada a los términos establecidos cuando un usuario abre su cuenta” (Varise, 2012). Este discurso se ha

fracturado a lo largo de la historia de Facebook, cayendo en tergiversaciones y metáforas que incumplen el derecho a la privacidad.

La historia de Facebook se torna polémica cuando Andrew Noyes, gestor de comunicaciones de políticas públicas de Facebook, emanó un discurso peligroso que pone en riesgo nuevamente la privacidad de los usuarios: “Queríamos aclarar que compartiremos información con nuestras compañías filiales y viceversa, para ayudar a mejorar nuestros servicios y los suyos, y para aprovechar la eficacia del almacenamiento” (Gestión: 2012) que se instala en las cookies que utiliza Facebook para intercambiar en grandes sumas de dinero los datos personales con sus desarrolladores de aplicaciones.

En las primeras semanas de Diciembre de 2012 la compañía Facebook cambió la configuración de la privacidad para brindar mayor seguridad a la información personal de sus usuarios, ¿En qué consiste este cambio y cuál es el nuevo riesgo? Se trata del “buscador” de Facebook, en la que los perfiles de los usuarios estuvieron disponibles para cualquiera que venga de territorios lejanos. Los demás cambios anunciados son, para algunos medios y usuarios optimistas, muy buenos y para otros actores son muy metafóricos. Conozcamos las restantes modificaciones:

La red social ha modificado la manera en que se muestran los datos en el Registro de Actividad (Activity Log), lo que permite que sea más fácil para todos los usuarios ver cómo se están compartiendo sus datos a lo largo de la red. Otro cambio radica en que las aplicaciones pidan permiso de forma individual a los usuarios para acceder a su información personal y a publicar actualizaciones de estado (Moreno, 2012).

La construcción de la controversial privacidad en Facebook seguirá en constante desarrollo, ya que los cambios en su código provocarán grandes transformaciones y otro tipo de funcionamientos para determinar un nuevo estilo de interacción e interrelación socio - técnica en la que los grupos relevantes serán los actores sociales, culturales, políticos, jurídicos, económicos y tecnológicos que darán un sentido (bueno o malo) a esta plataforma virtual. Si bien es cierto, en esta plataforma y al igual que todas estamos estructurados tecnológicamente, una estructura que lo entendemos cuando ejercemos la participación activa en los intersticios de su comunidad virtual, y es justamente ahí donde nuestra dramaturgia virtual erosiona la privacidad haciendo que Facebook proclame la disponibilidad de los datos personales al libre albedrío de lo público.

### **CAPÍTULO III**

#### **ANÁLISIS DE LOS FILTROS DE LA POLÍTICA DE PRIVACIDAD DE FACEBOOK**

Los constantes cambios o configuraciones en la política de privacidad y seguridad de Facebook han conllevado malestares sociales en su funcionamiento e interacción diaria, involucrando a otros actores provenientes de gobiernos de turno como Estados Unidos, Canadá, Noruega, Irlanda, así como actores del derecho, de la tecnología, de la comunicación, de la cultura y de la economía, quienes por medio de instrumentos alternativos han develado discursos de inconformidad en contra de Facebook por violar el espacio privado de los usuarios.

Desde que la plataforma de Facebook ingresó al ciberespacio se volvió a retomar las páginas del derecho a la privacidad, a recordar las enmiendas que se legitimaron para proteger la propiedad intelectual que reposa en el espacio íntimo del usuario, cumpliendo el derecho a estar tranquilos. Sin embargo, Facebook se presenta como aquel gobierno de antaño que puede ingresar libremente a nuestros perfiles o muros para controlarnos y vigilarnos, para ver qué hacemos con nuestra información, cómo pensamos y actuamos y por dónde puede esta red social buscar la debilidad de los usuarios para instalar algunas aplicaciones desconocidas de iguales características. Ese seguirá siendo el funcionamiento de esta red social, ya que su código será el camino de la ley por donde todos los usuarios transiten en medio de la incertidumbre.

En esta instancia, llegó la hora de poner a Facebook como un artefacto de fijación para investigar y descubrir qué nos quiere decir esa literatura tecnológica impregnada en su Política de Privacidad. La intención es conocer con profundidad de campo todo acerca de su funcionamiento que estructura al espacio privado de los usuarios. En la página oficial de la Política de Privacidad de Facebook el usuario se encontrará con una bienvenida muy cordial y de mucha confianza en la que expresa con seguridad que confiamos en su funcionamiento. Según esta comunidad virtual: “el usuario decide cuánta información desea compartir en Facebook, y puede controlar su distribución a través de la configuración de privacidad que debe ser cambiada si es necesario para adaptarla a sus preferencias” (Facebook: Política de Privacidad, 2009).

## **Configuración de la privacidad**

La Política de Privacidad de Facebook y de esta investigación marca como punto central la configuración de la privacidad en la que toda la información del usuario reposa en cada una de sus opciones de seguridad, por lo que esta palabra ha sido difícil de entenderla en el funcionamiento de esta estructura tecnológica, ya que en ella se encuentra diferentes opciones tecnológicas que a través de su texto son comprensibles para proteger los datos personales, sin embargo, en la práctica de la interacción e interrelación social ocurre todo lo contrario.

En la configuración de la privacidad de Facebook se puede encontrar dos opciones en formato de interrogante: La primera es *¿Quién puede ver mis cosas?* y la segunda *¿Quién puede buscarme?* En este sentido, cuando un usuario se encuentra con una opción en formato pregunta hay que tener desconfianza porque los signos de interrogación conllevan incertidumbres y modificaciones en la estructura tecnológica de esta red social. De esta manera, comenzaré jerárquicamente construyendo esta controversia.

### **¿Quién puede ver mis cosas?**

Dentro de Facebook los usuarios son los que determinan qué información comparten o no, a quién compartir y cómo verificar y controlar el uso de etiquetas para garantizar la protección de su propiedad intelectual. Esta opción es importantísima porque acredita al usuario a invisibilizar a terceros actores desconocidos que devienen de lo social y tecnológico, por lo que se muestran tres interrogantes que pueden ser modificadas por los usuarios:

**¿Quién puede ver las publicaciones que hagas a partir de ahora?** - Usa el selector de público para escoger con quién compartes en el lugar donde haces la publicación. A menos de que vuelvas a modificar tu selección, tus publicaciones futuras se compartirán con el público que elegiste (Facebook, 2013).



(FayerWayer.com, 2013).

La opción de ¿Quién puede ver las publicaciones que hagas a partir de ahora? tiene como objetivo hacer que el usuario escriba un comentario acerca de algo que está pensando o aconteciéndole en ese momento, para luego escoger a su **Público** (es conveniente escoger la opción “Amigos”) y después presionar la opción **Publicar** para hacer notorio su estado. En este sentido, para conservar el mismo formato de privacidad que el usuario ha seleccionado a la hora de publicar lo que está pensando, es menester reforzar la privacidad con tan solo ir al icono con candado que se encuentra ubicado en la parte superior derecha junto al icono del engranaje en donde se encuentra toda la configuración de la privacidad. El icono con candado muestra al usuario tres opciones para evitar ser objeto de cualquier tipo de filtraciones y subjetivaciones de terceras personas. Parafraseando:

### **Acceso directo de privacidad**

**1) ¿Quién puede ver mis cosas?** – En esta opción se muestra tres interrogantes para que el usuario las modifique: *a) ¿Quién puede ver mis próximas publicaciones?* – Aquí le da la posibilidad al usuario de seleccionar entre *Público, Amigos, Solo yo, Personalizado*, *b) ¿Dónde puedo revisar todas mis publicaciones y contenido donde estoy etiquetado? Usar registro de actividad* – En esta opción Facebook le da la oportunidad al usuario de revisar diacrónicamente por quién fue etiquetado, en qué fecha y a qué hora, y *c) ¿Qué ven otros en mi biografía?* – Esta opción da la apertura para que el usuario pueda controlar y restringir la intromisión de terceros desconocidos de lo social y tecnológico. (Facebook: Acceso Directo Privacidad, 2013).

Las interrogantes que se describieron en ¿Quién puede ver mis cosas? son necesarias para que el usuario pueda estructurar tecnológicamente su información, seleccionando las opciones más apropiadas para la protección de sus datos personales para brindarle más control y seguridad a su perfil o muro. En otras palabras, Facebook les da la autoridad a sus usuarios para elegir qué publicaciones son públicas o privadas.

Dentro del Acceso directo de privacidad el usuario se va a encontrar con 2) *¿Quién puede ponerse en contacto conmigo?* Esta opción es determinante para los usuarios porque les revela que Facebook si está pensando en la protección de sus datos privados por lo que les facilita estas alternativas:

#### **De quién quiero filtrar los mensajes en mi bandeja de entrada?**

*Filtro básico - Recomendada* - Principalmente amigos y personas que quizás conozcas, y *Filtros estrictos* Primordialmente sólo amigos, es posible que te pierdas mensajes de otras personas que conozcas (Facebook: Configuración y Herramientas de Privacidad, 2013)

La opción *¿De quién quiero filtrar los mensajes en mi bandeja de entrada?* Garantiza al usuario la posibilidad de escoger a quién filtra o no los mensajes para dotarle de mayor protección a su espacio íntimo, sin embargo, hay que tomar en cuenta el juego de palabras en esta literatura tecnológica: En primer lugar, Facebook recomienda a sus usuarios usar la opción *filtro básico* para hacer visible la información a nuestros amigos y amigos de nuestros amigos, pero esta opción se ve fragmentada cuando en la opción *Filtro estricto* esta comunidad virtual manifiesta, subliminalmente, a sus usuarios que solo se podrá hacer notorio sus datos personales a sus amigos y que no tendrá la posibilidad de compartir con algunos sujetos sociales que posiblemente conozca. En este texto de dos opciones Facebook le sugiere al usuario participar con más gente. Cabe argumentar que dentro de la opción *¿De quién quiero filtrar los mensajes en mi bandeja de entrada?* Existe una tercera alternativa *¿Quién puede enviarme solicitudes de amistad?* Esta interrogante planteada por Facebook le otorga al usuario la autonomía de aceptar solicitudes de acuerdo a sus intereses, puede optar por el término **Todos (abierto al público) o Amigos de amigos (abierto a conocidos de nuestros amigos)**. Estas dos opciones posibilitan la información del perfil privado en la visibilidad de lo ajeno.

Para culminar con el Acceso directo de privacidad es importante describir su tercera y última opción, quizás la más importante dentro de esta jerarquía socio – técnica:

**3) ¿Cómo evito que alguien me siga molestando?:** Puedes bloquear a alguien (agregando su nombre u correo electrónico) para que ya no sea tu amigo y evitar que inicie conversaciones contigo o que vea lo que publicas en tu biografía (Facebook: Acceso Directo Privacidad, 2013).

La tercera opción *¿Cómo evito que alguien me siga molestando?* Facilita al usuario la potestad de eliminar y bloquear a algún usuario de sus amigos (o desconocidos) para anularlo definitivamente de su vida privada. Esta interrogante es esencial para precautelar la seguridad de nuestra información personal y la protección de nuestra identidad social y cultural en cada participación activa dentro de los espacios de esta estructura tecnológica.

Dentro de la Configuración de la privacidad se había señalado dos opciones: La primera que ya fue desarrollada *¿Quién puede ver mis cosas?* y la segunda *¿Quién puede buscarme?* La misma que va a ser construida para evidenciar más controversias de las fallas en las opciones de privacidad de Facebook.

### **¿Quién puede buscarme?**

La opción *¿Quién puede buscarme?* Sirve para prevenir y proteger la intromisión de terceros actores desconocidos de lo social que pueden causar malestar (plagio de identidad e información privada) a los usuarios que respetan el derecho a la privacidad. Dentro de esta alternativa encontramos una interrogante:

**¿Quién puede buscarte en Facebook usando tu dirección de correo electrónico o el número de teléfono que indicaste?** Este ajuste se aplica a las personas que no pueden ver tu dirección de correo electrónico ni tu número de teléfono (Facebook: Configuración y Herramientas de Privacidad, 2013).

La interrogante *¿Quién puede buscarte en Facebook usando tu dirección de correo electrónico o el número de teléfono que indicaste?* Se ajusta a la política de privacidad de anular a terceros actores desconocidos que pueden hacer uso indebido de los datos personales de los usuarios. Este aspecto debe ser tomado muy en cuenta para evitar futuros plagios de identidad e información íntima ya que dentro de esta interrogante los usuarios pueden seleccionar tres opciones: **Todos, Amigos de amigos y Amigos** para precautelar (o exponer) su información que reposa en el espacio privado. Como usuario activo de Facebook es conveniente no hacer público el correo electrónico ni el teléfono o celular para no llamar la atención de terceras personas extrañas.

Dentro de la opción ¿Quién puede buscarme? Surge una segunda interrogante: ¿Quieres que otros motores de búsqueda muestren el enlace de tu biografía? Aquí el usuario puede ser localizado de manera rápida y directa en los intersticios de la estructura tecnológica de Facebook y fuera de él. Este planteamiento se visibiliza de esta manera:

### **¿Quieres que otros motores de búsqueda muestren el enlace de tu biografía?**

Cuando este ajuste está activado, otros motores de búsqueda pueden mostrar el enlace de tu biografía. Si desactivas este ajuste, es posible que los motores de búsqueda tarden un poco en dejar de mostrar el enlace de tu biografía y, por último puedes permitir que otros motores de búsqueda muestren el enlace de tu biografía (Facebook: Configuración y Herramientas de Privacidad, 2013).

En este punto de análisis es menester que el usuario no active los motores de búsqueda porque si los activa le facilitará a cualquier buscador la oportunidad de encontrarlo (dentro y fuera de la red virtual), y cuando éste lo identifique tendrá automáticamente su URL disponible que le permitirá acceder al perfil del usuario para recolectar indebidamente sus datos personales y facilitarle a otros extraños devenidos de lo social y tecnológico. En otras palabras, la activación de los motores de búsqueda implicaría una acción equivocada bajo consentimiento mutuo entre el usuario y la configuración de la privacidad de Facebook.

### **Biografía y configuración del etiquetado**

En los intersticios de la Política de privacidad de Facebook el usuario observará la opción *Biografía y configuración del etiquetado* que aportará a la protección de los datos privados de los usuarios. Ésta tendrá como función el reforzamiento de mantener la seguridad con respecto a autorizar o no a ser etiquetado. Las etiquetas (fotos, videos e imágenes) son el devenir diario de la vida virtual de los usuarios de Facebook, y cuando verifican de dónde vienen termina siempre hecha pública por amigos y amigos de nuestros amigos sin un consentimiento previo. Esta era una de las enormes falencias de la estructura tecnológica, por lo que configuró dicha opción y ahora se presenta en un formato de tres interrogantes: “¿Quién puede agregar contenido a mi biografía?, ¿Quién puede ver contenido en mi biografía? y ¿Cómo puedo gestionar las etiquetas que otros agregan y las sugerencias de etiquetas?” (Facebook: Biografía y Configuración del Etiquetado, 2013).

## ¿Quién puede agregar contenido a mi biografía?

La función de esta interrogante es fortalecer la configuración de la privacidad de Facebook dotándole al usuario de mayor independencia y el derecho a la elección de bloquear o eliminar ciertos discursos, fotografías y videos que pueden causar un perjuicio a su integridad social, cultural, política y religiosa. Entonces, se prevé una lógica racional de Facebook en privilegiar y proteger la información personal de los usuarios. Esta opción se divide en dos interrogantes, parafraseando:

*¿Quién puede publicar en tu biografía?* Esta opción autoriza al usuario para que opte por un público (*Amigos o Solo yo*) para mantener su información en un grupo relevante de confiabilidad. Luego aparece la opción *¿Quieres revisar las publicaciones en las que tus amigos te etiquetan antes de que aparezcan en tu biografía?* Esta alternativa sirve para impedir o autorizar la etiqueta. (Facebook: Biografía y Configuración del Etiquetado, 2013).

## ¿Quién puede ver contenido en mi biografía?

El objetivo de esta opción es delimitar información personal a desconocidos, y a la vez visibilizar esos datos a amigos que pertenecen a nuestro grupo social relevante de alta confiabilidad para que puedan acceder sin ningún inconveniente. También pueden hacer uso de un “Comentario” o un “Me Gusta” en cualquier publicación disponible. Esta interrogante devela la seguridad y autonomía en la configuración de privacidad del usuario en Facebook.

Desde otro punto de análisis, el círculo de confianza del usuario también puede ser un dolor de cabeza ya que al tener acceso al perfil de su amigo pueden emitir publicaciones audiovisuales ofensivas que fraccionen su espacio privado. Esto suele suceder cuando en la vida real la amistad llegó a su apogeo para convertirse en una enemistad que se torna peligrosa. Existen tres opciones dentro de esta interrogante. Parafraseando:

1) *Comprueba lo que ven otras personas en tu biografía* - Ésta prohíbe a ciertos usuarios desconocidos indagar tu información personal. 2) *¿Quién puede ver las publicaciones donde te han etiquetado en tu biografía?* Aquí el usuario puede escoger entre *Todos, Amigos de amigos, Amigos, Solo yo y Personalizado* para permitir a su público elegido ver la etiqueta y, 3) *¿Quién puede ver lo que otros publican en tu biografía?* Ésta permite al usuario escoger su público (opciones

idénticas a la número para acceder a los comentarios que otros usuarios han publicado en su muro (Facebook: Biografía y Configuración del Etiquetado, 2013).

### **¿Cómo puedo gestionar las etiquetas que otros agregan y las sugerencias de etiquetas?**

Las etiquetas en Facebook develan la disponibilidad de los usuarios en autorizar a sus amigos y desconocidos el uso de su propiedad intelectual como las fotografías, imágenes y videos que también van a parar en los cookies de Facebook para ser ofertados en el hipermercado. Cuando estos productos audiovisuales de título personal se instalan en sus empresas afiliadas la creatividad publicitaria comienza a diseñar aplicaciones y sitios web que estén ligados a las cualidades y percepciones de los usuarios

Esta tercera interrogante posibilita a los usuarios la disponibilidad de gestionar, distribuir y permitir o no la publicación de etiquetas que otros usuarios sugieren en nuestro muro. Con esta característica se garantiza el derecho a la libre elección y el derecho a estar tranquilos en privado. Facebook brinda al usuario tres alternativas: En primer lugar, se visualiza la opción “*¿Quieres revisar las etiquetas que otros agregan a tus publicaciones antes de que aparezcan en Facebook?* Se debe activar la función de revisión de etiquetas para ver las etiquetas que agregan tus amigos a tu contenido antes de que aparezcan en Facebook” (Facebook: Biografía y Configuración del Etiquetado, 2013).



(Facebook: Biografía y Configuración del Etiquetado, 2013)

La opción *¿Quieres revisar las etiquetas que otros agregan a tus publicaciones antes de que aparezcan en Facebook?* Es indispensable activarla para mantener monitoreada y estructurada las etiquetas que otros usuarios (amigos y desconocidos) van a ser públicas

con la imagen de un usuario. Todo esto estará bajo la autorización del usuario involucrado en las etiquetas.

En segundo lugar, se encuentra la opción **“Cuando se te etiqueta en una publicación, ¿a quién quieres agregar en el público que la ve, si aún no está incluido?”** En este aspecto el usuario tiene que escoger entre *Amigos*, *Solo yo*, *Personalizado*. Se sugiere **“Solo yo”** (Facebook: Biografía y Configuración del Etiquetado, 2013) para evitar cualquier tipo de intromisiones sociales y tecnológicas que afecten el espacio privado del usuario. En tercer y último orden, **“¿Quién recibe sugerencias para etiquetarte en fotos en las que parece que estás presente?”** Si en una foto sale alguien que se te parece, sugerimos que se te etiquete. El usuario puede ignorar la sugerencia de etiqueta (Facebook: Biografía y Configuración del Etiquetado, 2013). Además, esta opción habilita al usuario para elegir a un público (Amigos o Nadie) con el cual compartir o no las sugerencias en las que está etiquetado. Mientras menos evidente sea el usuario con respecto a las etiquetas mayor será la seguridad de sus datos privados. En este aspecto, hay que revelarse al sistema de funcionamiento del etiquetado para obligar a Facebook a mejorar y brindar seguridad en sus opciones de configuración.



(Facebook: Biografía y Configuración del Etiquetado, 2013).

## **Bloqueos**

Una de las alternativas que se encuentra instalada en la Configuración de la privacidad de Facebook es la opción *Bloqueo* que cumple funciones específicas de bloquear a terceras personas desconocidas que devienen de lo social, así como también a los propios amigos del usuario y sus futuras invitaciones a eventos. Esta característica es fundamental aplicarla para evitar el ciberbullying, los robos de identidad y el resto de nuestra propiedad intelectual. Este procedimiento se lo realiza a través de **“Bloquear a usuarios** para que no puedan ver lo que comentas en tu biografía, tampoco etiquetarte e

iniciar una conversación, sin embargo, no se incluye las aplicaciones” (Facebook: Administrar bloqueos, 2013).

La opción *bloquear a usuarios* le permite a un usuario clausurar de su lista de Amigos a una o varias amistades con la finalidad de exiliarle de su vida privada. Lo mismo ocurre con la característica *bloquear las invitaciones de aplicaciones* provenientes de nuestro grupo social relevante “haciendo clic en el enlace "Ignorar todas las invitaciones de este amigo" (Facebook: Administrar bloqueos, 2013). Cuando sucede este tipo de acontecimientos el usuario bloqueado tiende a eliminar de su lista de Amigos al Amigo que lo bloqueó porque no desea vivir en una arena donde prácticamente es invisibilizado. En definitiva, el *bloqueo* es, aludiendo a la CST, “un método de construcción social que forma parte de su polémica estructura tecnológica” (Hughes y Buch, 2008).

Las opciones expuestas le facultan al usuario la autonomía y el derecho a estar en armonía con sus datos privados y a decidir quién es parte de su proceso de amistad en la interacción e interrelación social dentro de esta plataforma virtual. ¿Por qué el usuario puede bloquear ciertas aplicaciones de amigos? Porque las aplicaciones vienen a ser terceras actores desconocidos para el usuario, son formatos o productos audiovisuales creados por empresas afiliadas a Facebook para expandirse en su estructura tecnológica y del ciberespacio. Al momento de bloquear a una o más aplicaciones de diversión y ocio, estamos negándole toda nuestra información personal. Sin embargo, esta opción abre paso a una nueva interrogante: ¿Por qué se habla de bloquear y no de eliminar la aplicación? Porque a Facebook no le conviene ubicar la palabra *Eliminar* ya que perdería su acento monetario en las cuentas bancarias.

### **Configuración de aplicaciones**

La Configuración de la privacidad de Facebook tiene muchas opciones, unas fáciles de asimilar y otras difíciles de comprender, llegando al extremo de ser engañosas. Dentro de esta última encontramos a las *Aplicaciones* que aparecen en los muros de los usuarios para seducirlos a registrarse y participar en cada uno de sus intersticios, en la que se involucran no solo amigos, sino también usuarios desconocidos de Facebook y de otras

comunidades que pueden fragmentar la esfera privada del usuario. ¿Cuál es el inconveniente y la problemática social? Cuando aceptamos una aplicación automáticamente nuestra información (nombre y apellido, foto del perfil, sexo, país, idioma e identificador de usuario y hasta tu grupo de amigos) pasa a ser comercial transitando de un espacio publicitario a otro, es decir, viajando de lo desconocido a algo mucho más desconocido dentro del espacio público.

En la opción *Acerca de las aplicaciones* Facebook señala que todo tipo de aplicaciones “se diseñan para mejorar tu experiencia en la red social con entretenidos juegos y funciones útiles, así como escuchar música con tus amigos, compartir lo que estás leyendo, y mucho más” (Facebook: *Acerca de las aplicaciones*, 2013). Este análisis devela que las aplicaciones que instala Facebook en los muros de sus usuarios son para obtener nuevos adherentes que incrementen su población y así la interconectividad e interacción social se construya de manera acelerada. Efectivamente, las aplicaciones son espacios donde los usuarios buscan sus paralelismos tanto en estilos, gustos y lenguaje.

En la opción *Acerca de las aplicaciones* se establece un sin número de preguntas con sus respectivas respuestas para que el usuario pueda despejar sus dudas e inquietudes, por ejemplo: “¿Quién crea las aplicaciones de Facebook? Facebook crea sus propias aplicaciones como Eventos y Fotos, y otras las crean desarrolladores externos amparándose en los Principios y políticas del desarrollador de esta estructura tecnológica” (Facebook: *Acerca de las aplicaciones*, 2013). Es de conocimiento público que los desarrolladores son creados por expertos en informática e ingenieros en sistemas que constantemente ubican en las redes sociales y en el ciberespacio programas de diferentes estilos de aplicaciones. Entonces, estos productos tecnológicos se vuelven legales en los intersticios de Facebook, pero ilegales y extrañas para sus usuarios. Dentro del formato de Facebook, el muro de los usuarios cuenta con algunas aplicaciones importantes como *¿Qué estás pensando?* y *Comentarios* que pueden ser controlados por el usuario para restringir la participación de algunos “Amigos de mis amigos”.

Estas aplicaciones publicitarias conducen al éxito de sus compañías mediante la obtención y propagación de los datos personales de los usuarios, quienes a cada instante demuestran una masiva participación en otros estilos que ofrece Facebook y sus

afiliados, por ejemplo, “*las aplicaciones en Facebook móvil y de mensajes de correo electrónico*” (Facebook: *Acerca de las aplicaciones*, 2013).

En los intersticios de esta red social se encuentran un sin número de aplicaciones (con un número estadístico de usuarios activos) en la que se procedió a describir solo diez entre los más populares:

<b>Aplicación</b>	<b>Nº Usuarios activos al mes</b>
ABC,com	Más de 100 mil usuarios al mes
8 Ball Pool	Más de 10 millones de usuarios al mes
Candy Crush Saga	Más de 10 millones de usuarios al mes
Diamond Dash	Más de 10 millones de usuarios al mes
Easypromos	Más de 1 millón de usuarios al mes
Farmville	Más de 10 millones de usuarios al mes
Happy Aquarium	Más de 1 millón de usuarios al mes
Kamikatz Football 13 – Fútbol ED	Más de 1 millón de usuarios al mes
Slotomanía Slot Machines	Más de 5 millones de usuarios al mes
War Commander	Más de 1 millón de usuarios al mes

(Facebook: Administrar bloqueos, 2013).

Las aplicaciones señaladas son los productos socio – técnicos que mayor demanda de usuarios poseen en sus arenas virtuales. Entonces, al haber millones de usuarios por aplicación, se está hablando que el usuario se encuentra en una permanente interacción e interrelación con sus amigos y con diferentes actores desconocidos que pueden transgredir su frontera privada, ya que las aplicaciones son externas y tienen su propio código y funcionamiento, prácticamente los usuarios de Facebook quedan bajo otras normas de control y regulación.

Se puede aludir que Facebook actúa como una especie de psicólogo, enfatizándole al usuario que el complemento de su plataforma son las aplicaciones, sin ellas la diversión no es plena. El formato de aplicaciones de Facebook atenta a la privacidad de los usuarios porque cada vez que se restringen o se bloquean aplicaciones existentes aparecen en la palestra virtual otras nuevas que automáticamente disponen de los datos personales de los usuarios, bajo el consentimiento expreso de esta red social. Facebook indica que cuando el usuario acepta la aplicación automáticamente será

visible para sus amigos y extraños, ¿Por qué el usuario no puede seleccionar a su público antes de utilizar y hacer pública alguna aplicación? Porque a Facebook no le conviene que sus propios usuarios les condicionen tecnológicamente, sino que es justamente él quien siempre nos debe estructurar e imponer su código que se convierte en una ley a seguir, es decir, toda actividad realizada por un usuario tiene que ser primero de conocimiento público, después el usuario puede ejercer su independencia seleccionando a su círculo privado.

La plataforma virtual consideró que la opción de las aplicaciones debe estar personalizado por el propio usuario para proteger su espacio privado. Se propone las siguientes categorías: 1) En las “*Aplicaciones que utilizas*” debes activar la plataforma para usar las integraciones de Facebook en aplicaciones o sitios web de terceros. Si el usuario la desactiva se perderá de la interrelación social” (Facebook: Configuración de aplicaciones, 2013). ¿Qué desconocen los usuarios? Cuando un usuario ha mantenido activada su plataforma de aplicaciones y se ha interrelacionado, sus datos se mantendrán indefinidos en los cookies de aquellas aplicaciones, así desactiven su plataforma, es decir, los usuarios siempre dejarán una copia de información personal por cada aplicación aceptada. De esta manera, los propios datos se vuelven ajenos y públicos. 2) En la “*Personalización Instantánea*” Facebook está asociado a algunos sitios web que tienen acceso a tu información pública (nombre y foto de perfil) mediante la participación en espacios musicales que más te gustan” (Facebook: Configuración de aplicaciones, 2013). Es mejor no ser partícipe de aquellos sitios para no caer preso de otras aplicaciones cercanas, y 3) En las *Versiones antiguas de Facebook para celular* se debe aplicar el selector del público (Público, Amigos de amigos, Amigos, Solo yo y Personalizado)” (Facebook: Configuración de aplicaciones, 2013) para proteger los discurso, comentarios y acciones que hemos realizado en varias aplicaciones antiguas. A continuación se expone varias tipos de aplicaciones afiliadas:

Bing - Búsqueda Social, Pandora - Música Personalizada, TripAdvisor - Viajes Sociales, Aullido - Opiniones Locales de Amigos, Tomates Podridos - Críticas de Películas de Amigos, Clicker - Recomendaciones de TV personalizada, Scribd - Lectura Social, Documentos - Document Collaboration, Zynga - Juegos sociales (The Ville, Zynga Slingo y 13 juegos más). (Facebook: Configuración de aplicaciones, 2013).

En este punto de análisis toda aplicación tiene como objetivo la persuasión de todos los usuarios del ciberespacio para llevarlos a un mundo más divertido e identitario para

ejercer la interacción e interrelación social con amigos y desconocidos. De esta manera, Facebook borra con una mano lo que escribió con la otra. Por eso he manifestado que la red social hace uso de un juego de palabras, es decir, en el texto de su política de privacidad explica cómo va a funcionar una opción para proteger los datos privados del usuario, pero en la práctica su funcionamiento gira en base a otras directrices tecno - publicitarias que ponen en riesgo la privacidad.

### **Contradiscurso: Medios de Comunicación – Blogs - Actores**

Facebook es una estructura tecnológica de largo alcance que está construyendo permanentemente todas las dinámicas de interacción e interrelación social mediante diferentes cambios en su configuración de la privacidad y de las aplicaciones, en donde se determina otro estilo de funcionamiento, un funcionamiento que mejora su plataforma y envuelve al usuario en un ambiente mucho más divertido y controversial causando incertidumbre en su espacio privado.

Alrededor de Facebook se encuentran una gran variedad no solo de actores sociales, sino también gubernamentales, jurídicos, económicos, publicitarios, tecnológicos, académicos y hasta religiosos que debaten en cada uno de sus espacios privados y públicos el tema de la construcción controversial de la privacidad en Facebook, señalando a esta comunidad virtual como el causante de fraccionar la información privada de sus usuarios para hacerla pública y transformarla en un producto publicitario que se ofrece en el hipermercado. Sus propios usuarios y el público externo son los permanentes actores críticos y detractores, coincidiendo que la problemática está en sus constantes cambios en la configuración de la privacidad y sus aplicaciones.

La intención de proponer un contradiscurso hacia Facebook es para visibilizar y evidenciar que varias organizaciones comunicacionales, sociales y culturales en post de la defensa de los derechos humanos están inconformes con el funcionamiento de aquella red social que no hace otra cosa que confundir a los usuarios con sus reiterados cambios en la configuración de la privacidad. De esta manera, se pondrá en escena la construcción controversial de la privacidad en Facebook visto desde otros discursos y ambientes.

A lo largo de la historia los medios de comunicación social tradicionales han sido los relatores de varios acontecimientos que se desarrollaron en un Estado, Región, Provincia o Cantón, en donde la vida pública y la vida privada siempre confluyeron para fomentar noticia y espectáculo. Sin embargo, la tecnología trascendió, nunca encontró su apogeo, sino su constante evolución y renovación hasta que apareció la Web 2.0 y sus comunidades virtuales que cambiaron la vida de millones de sujetos sociales en post de un mundo sin fronteras.

En los intersticios de las comunidades virtuales se percibía un ambiente desconocido, un nuevo “América por descubrir”, explorar y para luego poblar. Se hablaba de un ciberespacio que estaba en Hai5, en Badoo, en MySpace, en Twitter pero ninguno como Facebook. Éste se convirtió en un “planeta” que comenzó a observar cómo millones de sujetos interculturales habitaban su “territorio”. Los usuarios comenzaron a interactuar e interrelacionarse para fomentar un clima de amistad que se construía de manera acelerada, terminando en un ambiente de odisea, en la que la privacidad corrió el riesgo de ser develada en la plataforma pública de Facebook.

Todos los usuarios de Facebook desconocían su política de privacidad, la configuración de la seguridad y de la privacidad de los datos personales, así como de los terceros actores desconocidos de lo social y tecnológico. En la práctica diaria de sus vivencias personales (muro o perfil) la intromisión de lo desconocido es el regalo que Facebook les había concedido. Desde esta perspectiva, esta estructura tecnológica comenzó a evidenciar graves problemas en la protección de los datos de sus usuarios, por lo que posteriormente construyó una diversidad de contraposiciones dentro de la esfera pública real, en la que los medios de comunicación social comenzaron a ver en Facebook un objeto de investigación y análisis desde una posición constructivista acerca de su controversial privacidad.

En **PuroMarketing**, el Diario Digital Líder de Marketing, Publicidad y Social Media en español, es un medio de comunicación que frecuentemente publica noticias acerca de la actualidad en publicidad, marketing, negocios y tecnología. En esta última se hace referencia a todos los acontecimientos que se están desarrollando en el ciberespacio con respecto a redes sociales y otras tecnologías que trascienden en la hora actual.

El 26 de Mayo de 2011 este diario digital publicó una noticia investigativa basada en datos reales respecto al malestar social que viven los usuarios cuando las comunidades virtuales anuncian cambios en la configuración de su privacidad. Esta información se visibilizó de esta manera:

En un estudio ejecutado por el sitio Netpop se determinó que cada 8 de 10 usuarios se sienten incómodos y alarmados sobre el intercambio de información personal que realizan las redes sociales [...]. El informe señala que el 42% de los usuarios están preocupados por su privacidad frente al 20% de quienes no sienten preocupación (PuroMarketing, 2011).

Según la información develada, la gran mayoría (por debajo del 50%) de usuarios que se desenvuelven en los intersticios de las comunidades virtuales sienten inconformidad ante su política de privacidad que altera de rumbo en rumbo su vida privada para hacerla pública en cuestión de segundos. En este sentido, se prevé que este porcentaje de usuarios tiene la autonomía de actuar con raciocinio y control en la participación diaria de la interacción e interrelación social con terceros actores desconocidos que pueden transgredir la frontera íntima de sus datos personales. Estos usuarios toman la privacidad de sus muros como un asunto delicado que merece protección y una pronta estabilización y clausura definitiva. El otro porcentaje de usuarios (20%) se les puede catalogar como actores sociales que siente la imperiosa necesidad de difundir su información personal en cada uno de sus espacios de participación social, ya sea con sus amigos o con algunas aplicaciones.

La configuración de la privacidad de Facebook es una odisea que envuelve a sus personajes en medio de una incertidumbre social que se va construyendo en ascenso, por lo que la clausura y estabilización respecto a la privacidad es alterada en un sin número de ocasiones, posibilitando que su funcionamiento tecnológico se dirija hacia un nuevo estilo de privacidad más light, menos riguroso, que facilita la incorporación de nuevas opciones de privacidad que ponen aún más en riesgo la información íntima que reposa en el espacio privado del usuario. En la información develada por el diario digital PuroMarketing se argumenta que:

El 85% de los usuarios de Facebook no tienen idea de qué sucede con sus datos [...]. Además, existe desconfianza, aunque en menor medida, sobre los sitios “unidos” a Facebook, aspecto que también plantea importantes debates y discusiones, ¿confían menos los consumidores en los sitios web por su integración con Facebook? (PuroMarketing, 2011).

Es evidente que la mayor parte de la población Facebook conlleva malestar social por cómo esta plataforma virtual maneja su configuración de la privacidad, modificándola cuando los usuarios se desarrollan en un ambiente de interacción rutinaria, es decir, cuando el ambiente de Facebook se torna aburrido, su funcionamiento tiene que cambiar para crear otro clima social. En este cambio la red social incorpora nuevas aplicaciones para hacer de su plataforma un espacio más divertido y provechoso para interrelacionarse con otros sujetos desconocidos (usuarios de otras redes y aplicaciones de empresas afiliadas) que estarían en la capacidad de fragmentar y comercializar la información íntima de los usuarios.

Facebook es una red social que estructura tecnológicamente a los usuarios mediante la construcción de su código de privacidad, provocando en su plataforma nuevos cambios y nuevas maneras de funcionar, en la que sus consumidores son los protagonistas para elegir qué información es privada y cuál es pública. En este aspecto, se advierte que tanto esta comunidad virtual como los usuarios son parte del problema para que se fracture la privacidad.

En medio de este malestar social entre el sujeto y su artefacto virtual y viceversa ¿Quién es el verdadero culpable para que se fraccione la privacidad? La página web **Facebookforos** plantea 50 datos (se escogió los numerales más relevantes) para que el lector analice y construya sus propias conclusiones:

1. Una de cada 13 personas del planeta Tierra tiene cuenta en Facebook.
2. Los usuarios de más de 35 años representan más del 30% de la comunidad de Facebook.
4. Cada 20 minutos, 1.000.000 links son compartidos en Facebook.
5. Cada 20 minutos, 1.484.000 invitaciones a eventos son compartidas en Facebook.
6. Cada 20 minutos, 1.323.000 fotos son etiquetadas en Facebook.
7. Cada 20 minutos, 1.851.000 mensajes de estado son publicados en Facebook.
8. Cada 20 minutos, se aceptan 1.972 millones de solicitudes de amistad en Facebook.
9. Cada 20 minutos, 2.716.000 fotos son subidas a Facebook.
10. Cada 20 minutos, se envían 2.716.00 mensajes a través de Facebook.
11. Cada 20 minutos se publican 10,2 millones de comentarios en Facebook.
12. Cada 20 minutos, se escriben 1.587.000 mensajes de muro en Facebook.
15. El 48% de los usuarios de entre 18 y 34 años se conectan a Facebook, nada más al levantarse.
16. El 50% de los usuarios activos de Facebook se conectan a diario a esta red social.

17. Los usuarios de Facebook tienen 130 amigos de media (33 a 38 años).
18. La gente invierte más de 700.000 millones de minutos al mes en Facebook.
21. Los usuarios de Facebook crean de media 90 piezas de contenido cada mes. (links, noticias, entradas en blogs, notas, álbumes de fotos, etc.).
22. Cada mes se comparten en Facebook más de 30.000 millones de piezas de contenido.
26. Emprendedores y desarrolladores de más de 190 países colaboran con Facebook.
27. Cada día, se instalan en Facebook 20 millones de aplicaciones.
28. Cada mes, más de 250 millones de personas interactúan con Facebook desde páginas web externas.
29. Desde que Facebook inaugurara sus plugins externos en abril de 2010, una media de 10.000 nuevas páginas web los agregan cada día a sus portales.
30. Más de 2,5 millones de páginas web han integrado ya plugins de Facebook en sus respectivos portales.
32. Los usuarios que se conectan a Facebook a través de dispositivos móviles son el doble de activos que los que no utilizan este tipo de aparatos.
45. Facebook obtiene beneficios a través de la publicidad y la venta de bienes virtuales.
50. Facebook contaba con más de 650 millones de usuarios activos (ahora en 2012 son más de mil millones) en todo el mundo.

(Facebookforos, 2011).

Los datos expuestos por Facebookforos revelan que tanto Facebook como sus usuarios tienen corresponsabilidad en fraccionar la privacidad: Por un lado, esta plataforma virtual incorpora una gran diversidad de aplicaciones desarrolladas por empresas publicitarias y comerciales que motivan al usuario a interrelacionarse en un nuevo ambiente y con terceros actores desconocidos que devienen como seres peligrosos que pueden fragmentar los datos personales de los muros y perfiles y, en segundo lugar, los usuarios de Facebook son los que prácticamente colaboran en la fragmentación de su información privada a través del registro, la aceptación y participación en ciertas aplicaciones que, en última instancia, son las que se benefician de la vida íntima para ofertarlas en el hipermercado.

Facebook es objeto de estudio y un tema de asunto público que ha generado reacciones en todo el planeta aún más en los medios de comunicación audiovisual, quienes ubican en su palestra noticiosa a sujetos especializados en esta temática. Por ejemplo, en Septiembre de 2012 las conversaciones privadas de chat se habían hecho públicas en los propios muros de los usuarios provocando que varias cadenas televisivas arremetan contra Facebook. En CNN Chile se entrevistó a José Ignacio Stark, experto

en redes sociales y tecnología que dialoga acerca del funcionamiento de esta plataforma virtual:

**Tema:** Vulnerabilidad de la información íntima en las redes sociales

**Periodista:** Sucedió en Facebook algo muy raro. Apareció una conversación personal en el muro, eso es lo que publican los medios, ¿Qué es lo que pasó realmente?

**José Ignacio Stark:** Lo ocurrido es una muestra más de la falta de privacidad y seguridad que tiene Facebook para con sus usuarios. Recordemos que antes Facebook nos vendía la idea de ser un “jardín cerrado”, es decir, que nadie más que nuestros contactos y nosotros mismos podíamos ver la conversación que teníamos. Ahora las conversaciones completamente personales aparecieron a la vista y paciencia de todo el mundo.

**Periodista:** ¿Está seguro Facebook en cuando a su seguridad?

**José Ignacio Stark:** Hace poco Facebook firmó un contrato que permite que los usuarios sean traqueados fuera del sitio (con una empresa que se encarga de seguir específicamente los pasos de los usuarios online en cuanto a las compras que ellos hacen para conocer su habitud de consumo), todos sabemos que el mayor valor agregado de esta red virtual es su base de usuarios que tiene que mejorar para demostrar que es una empresa de tecnología más valiosa en todo el mundo, sin pasar y llevar la privacidad de los usuarios. Por ejemplo, toda visita a Facebook es considerada como tal, es como si uno visitara a CNN Chile y hay un botón “like” o “Me gusta” dentro del sitio, La instancia de ese botón llama a Facebook y éste cuenta como si fuera usuario activo.

**Periodista:** ¿Y eso se puede?

**José Ignacio Stark:** Exactamente porque está dentro de los términos de servicio de Facebook. Entonces, registra lo que hacemos, usa nuestros datos sin consentimiento para ofrecernos publicidad como las historias que están apareciendo en el *Timeline* o la biografía de Facebook, que son más que nada historias pagadas develadas en publicidad [...]. Facebook está nuevamente tratando de monetizar la base de usuarios a costa de nuestra privacidad que en general no existe.

**Periodista:** ¿Hay alguna normativa que regule?

**José Ignacio Stark:** Hay normativas que regulan la privacidad de los usuarios, sin embargo, a la hora de consentir el uso del sitio, nos estamos entregando a los términos y condiciones que lo gobiernan y que están bajo la ley de California. No nos damos el tiempo para leer estos términos y condiciones [...] Hoy en día es una muestra de las nuevas fallas de privacidad, “privacidad” que no existe dentro de Facebook para los usos (YouTube: Stark, 2012).

Queda claro que la debilidad de Facebook se encuentra en sus filtros que son peligrosos para mantener la privacidad en desorden, ya que son vulnerables para cualquier actor desconocido. Este último puede venir como un instrumento tecnológico (aplicaciones)

para persuadir al usuario y llevarlo a otras arenas de interacción social, o, puede devenir como un perfil de usuario que se va construyendo en un amigo peligroso.

Refiriéndose a la vulnerabilidad de los filtros de seguridad en Facebook, los niños son los que sufren las consecuencias porque filtran fácilmente el código de funcionamiento de la privacidad en Facebook, para luego adquirir problemas en sus muros cuando agregan a terceros actores, sujetos desconocidos que mantienen conversaciones para acosar sexualmente a los infantes. Por ejemplo, hace dos años, en “Documentos América” (programa de televisión argentino) realizaron una investigación en Facebook para persuadir a un pedófilo que reclutaba y seducía a menores de edad para cumplir sus más bajos instintos. Para dar con el paradero del depravado sexual el equipo humano de aquel programa comenzó, desde una cuenta de una niña que tenía contacto con él, a interactuar y ganarse la confianza de aquel engendro social para así capturarlo y arrestarlo. Este acontecimiento se ejecutó con éxito, aprehendieron al acosador, quién fue objeto de agresiones por los padres de la menor. En este reportaje (bajo el lema: No Confíes en Facebook) de Julio de 2011 se procedió a realizar una entrevista en vivo con la madre de la menor implicada y a dos profesionales entendidos en el tema. A continuación se describe lo más importante.

**“Sandra” (vía telefónica):** En principio mi hija (11 años) no tenía Facebook, todas sus amigas sí. Quería tener su Facebook, obviamente le facilité el mío ya que tenía la clave y acceso para ver con quién hablaba y con quién no, por la cuestión del cuidado. Un día ingresé a la cuenta, y observé que un adulto (32 años) estaba teniendo una conversación con ella, me pareció extraño y también a mi familia, entonces, comenzamos a investigar en su muro y aparecían cosas raras

**Facundo Pascual (Periodista):** Sandra ¿Qué es lo que encontraban en el Facebook de tu hija?

**“Sandra” (vía telefónica):** Cuando ingresé al perfil de esa persona, me llamó la atención de que todos sus contactos eran de niñas, a las que les ponía como sobrinas y, después observé que muchas de ellas eran amigas del colegio de mi hija.

**Facundo Pascual (Periodista):** Si usted tuviera la posibilidad de hablarle de esto a muchas madres ¿qué les puedes decir?

**“Sandra” (vía telefónica):** Que estén al tanto de con quién se contactan sus hijas. Sé que nadie tiene la contraseña de sus hijos porque desde los 17 y 18 años abren sus cuentas y sé que no hay control, piensan que no va a pasar nada. Las nenas abren sus cuentas fácilmente porque no hay alguna seguridad que las detenga.

**Facundo Pascual (Periodista):** Seguimos con este tema, está en nuestros estudios el Doctor Daniel Monastersky, especialista en delitos informáticos, ¿Qué opinión merece esto?

**Dr. Daniel Monastersky:** Me parece que esta estructura tecnológica no fue creada para que los pedófilos se pongan en contacto con los menores de edad. Es fundamental que los padres creen lazos de confianza con los menores, ya que no tienen los conocimientos necesarios, ni los mínimos para ponerse al nivel con sus hijos.

**Facundo Pascual (Periodista):** Doctor ¿Confía en Facebook?. Cuando nosotros planteamos esta idea de NO CONFIES EN FACEBOOK, nos referimos a la política de seguridad y los filtros de Facebook que ellos dicen tener son confiables. Mis amigos me cuentan que para tener una cuenta de usuario se necesita tener una edad de trece años, pero los chicos mienten con la edad.

**Dr. Daniel Monastersky:** La autoridad europea de protección de datos definió en 14 años la edad mínima para ingresar a las redes sociales, en España lo bajaron a trece, en Argentina no hay una disposición de la autoridad.

**Facundo Pascual (Periodista):** También está con nosotros Luís Disanto, psicólogo clínico forense, ¿Qué se puede decir de todo esto?

**Dr. Luís Disanto:** La pedofilia no es algo nuevo, lo que si tiene relevancia es este nuevo tema de internet y las redes sociales. La pedofilia está definida como una pasión amorosa con componentes de atracción sexual por los niños [...]. Lo que nosotros vemos a través de las redes es que no hay un instrumento que sea malo o bueno, pero el impulso humano que tiene que ver con lo perverso puede utilizar cualquier artefacto, desde un cuchillo hasta una red social.

**Facundo Pascual (Periodista):** Volvemos a la mesa para hablar de los delitos informáticos. Doctor ¿qué paso que de repente los delincuentes se fueron a la tecnología?

**Dr. Daniel Monastersky:** Se dieron cuenta que era mucho más sencillo cometer un crimen a través de una estructura tecnológica que facilita la anonimidad para que no se les detecten de manera inmediata (YouTube: Documentos América, 2012).

La violación a la vida privada de los usuarios de Facebook no solo tiene que ver con que terceros desconocidos tengan la disponibilidad de los datos personales como fuente pública, sino que también pueden crear perfiles falsos para agredir con su lenguaje a otros actores sociales de diferentes culturas como indígenas y negros, evidenciando un acoso de síntomas racistas. El racismo es visible en esta plataforma virtual y es una consecuencia que marca la debilidad en sus filtros de seguridad y opciones de privacidad, en la que Facebook perdió el control desde su puesta en la vida pública del ciberespacio.

Cuando un usuario abre su cuenta Facebook se encuentra con una lista de amigos que son parte de su vida cotidiana, comparte información y viceversa, y siempre se tiene a un amigo o amigos que poseen como tradición ideológica la invisibilización de ciertas culturas ancestrales, publicando en sus muros discursos que atentan contra la integridad cultural de su corporalidad. Si esto sucede en este ambiente de amigos, no es sorprendente que suceda desde cuentas clandestinas donde el texto del lenguaje se torna enfermizo y racista. La construcción del racismo en Facebook es una realidad, por lo que en algunos reportajes que realizan los medios de comunicación audiovisuales ha sido un tema de debate y controversia por la falla en los filtros de seguridad y privacidad de esta plataforma virtual. A continuación se describe cómo el racismo en Facebook conlleva malestar social en una persona que no es blanca:

**Reportaje:** Acoso racista en Facebook

**Periodista (voz en off):** El domingo 3 de Abril de 2011, Lidian Flores, una funcionaria del Ministerio de Salud Pública de Montevideo, constató que en su muro de Facebook un desconocido, escudado bajo el seudónimo de “Chili Peppero” había publicado un mensaje agresivo y discriminatorio:

**“Chili Peppero” (Agresor en chat):** “Lo único bueno que puede pasar por la cabeza de un zurdo (referencia a los negros) es una bala” [...]. “Zurdieste, es la palabra exacta que define la mezcla de zurdo con sorete” [...]. “Cuenta una vieja leyenda urbana que en el baúl de un verde, entraban al menos cinco rojos”.

**Lidian Flores (victima):** Detrás de este tipo de mensajes existe violencia, es decir, hay una persona violenta que es capaz de hacer cualquier cosa:

**“Chili Peppero” (Agresor en chat):** “Contra el haz y el martillo, apriete el gatillo” [...] “Los animales son los únicos seres vivos que no recuerdan la mano de quien les da de comer, y nunca se olvidan de quien les hizo el bien”.

**Lidian Flores (victima):** No se puede estar en una sociedad en la que uno no tiene el derecho a expresarse, a tener un color de piel diferente, te revienta, te da rabia, te duele y ofende. Estoy quebrada por esto, porque me asusta y no sé quién es. Es una realidad que hay en la sociedad, como es la intolerancia.

**Periodista (voz en off):** Flores presentará la demanda en la Dirección de Delitos informáticos de la Jefatura de Policía de Montevideo (YouTube: Mujer discriminada por Facebook, 2012).

Facebook es una estructura tecnológica que concentra a millones de usuarios provenientes de los cinco continentes del planeta. Cada uno de estos actores sociales conlleva posiciones ideológicas que devienen de diferentes organizaciones, sin embargo, en el otro polo, existen varios sujetos que integran movimientos racistas en

contra de no solo criticar el color de la piel, sino a la tendencia sexual, pronunciándose con discursos que fraccionan la identidad de género, pero ¿Cuál es la causa para tales acontecimientos? Queda claro que es la falta de credibilidad en su texto de la política de privacidad, en sus filtros de seguridad y en las opciones de configuración de la privacidad que garantizan la inestabilidad de los datos personales, como la usurpación de identidades, el bullying y expropiación de la vida íntima.

En este punto de análisis Facebook superó las perspectivas del sujeto porque éste seguirá siendo un actor que disfrutará de nuevas arenas publicitarias (juegos, enlaces, sitios), volviéndose más radical en sus permanentes dinámicas sociales. a lo largo de su actividad online, De esta manera, la construcción controversial de la privacidad en Facebook se torna de interés mundial y un asunto público que enrola a una gran variedad de grupos relevantes de ambientes sociales, culturales, políticos, económicos, tecnológicos, religiosos y académicos que protegen y arremeten en contra de esta comunidad virtual.

En Facebook la lejanía es la razón de su existencia, la tercera persona que la gobierna, que la hace divertida, la llena de significados, la dota de imaginación y la que siempre camina de la mano con los datos de los usuarios. ¿Acaso esta es la regla de Facebook? Por supuesto, porque esta plataforma virtual es el mundo en donde las terceras personas desconocidas encuentran “el paraíso” para filtrar datos privados que terminan en diferentes ambientes dentro y fuera de Facebook. Entonces, ¿Los perfiles son productos que se venden y compran? Exactamente, tienen un valor económico en el hipermercado gracias al momento en el que decidimos registrarnos en esta red social.

Los debates acerca de la construcción controversial de la privacidad en Facebook han sido innumerables tanto en academias de ciencias sociales como de las tecnológicas, así como en el sistema mediático privado y público de varios Estados del mundo. En este sentido, se encontró un programa basado en conocimientos de causa, en donde lo social y lo tecnológico se ven enfrentados cara a cara mediante un debate en que la ciencia es expresada a través de varios actores que rinden sus posiciones en contra y a favor de Facebook. El programa escogido es “La Ciudad de las ideas, un festival de mentes brillantes, una celebración de la creatividad y la curiosidad del ser humano. Con la participación de más de 60 conferencistas, científicos, humanistas y líderes de opinión” (Ciudad de las ideas, 2012) que debaten temas que envuelven a los

sujetos sociales en ambientes de incertidumbres tecnológicas. En Febrero de 2013, este foro festival de confrontación de ideas trató sobre el peligro o no de las redes sociales. Para su realización se invitó a varios panelistas devenidos de la academia, de los medios de comunicación y a una representante de la compañía Facebook. El debate recae en el tema de la privacidad de esta plataforma virtual, tiene una duración de aproximadamente 50 minutos, por lo que he procedido a sintetizar los argumentos más relevantes de los panelistas:

**Tema debate:** Las redes sociales, ¿Acercan o Alejan a la humanidad?

**Rahaf Harfoush (Nuevos Medios de Comunicación, en contra)** - Mi mayor preocupación es que cada vez ponemos más de nosotros en línea. Eso influyen cosas como la privacidad. La gente se comporta de formas que no vemos en la vida diaria. Cada vez hay más bullying en línea, robo de identidad y otras amenazas a la seguridad. No creo que el problema sea la tecnología. Me preocupa que no entendamos lo que se necesita para proteger a las personas que están en línea. Sobre todo los niños, porque en cuanto a legislaciones, éstas apenas están surgiendo. Soy de Siria y por cada persona que se conecta a Internet para organizar movimientos políticos, el gobierno los buscaba y encarcelaba. [...] Hay dos caras de la misma moneda: Debemos revisar cosas como las legislaciones y entender lo que significa que nuestra vida en línea repercute en la vida real.

**Mimi Ito (Antropología Cultural, a favor)** - Veamos a internet como un espacio de oportunidades, de información y de conexión social, no como algo aterrador del que debemos alejarnos porque existen posibles peligros. Necesitamos conocimientos y buenas políticas para controlar los riesgos. Ante todo debemos entender que la conexión humana es maravillosa. ¿Qué podemos hacer para que la juventud aproveche esos beneficios en lugar de alejarlos, porque nos da miedo lo que puedan encontrar? [...]. El internet y las redes sociales son una gran oportunidad para que los jóvenes aprendan, tengan acceso a la información y obtengan experiencia. Existe miedo de los adultos en saber qué hay más allá, ya que no crecieron con la misma tecnología, se da una tendencia a cerrar y limitar, sin dejar que los niños se arriesguen.

**Rahaf Harfoush (Nuevos Medios de Comunicación, en contra)** - No creo que se trate de temor o de limitar a otros, sino conocer el lado negativo y abordarlo, de forma que sigamos avanzando, pero con ese entendimiento. Mi hermana y mis primos tienen 13 años, ponen toda su información en internet sin filtros [...]. No digo que los alejemos de Facebook, sino que se enseñe que lo subido a los 14 años podría impedir que consigan un trabajo a los 21.

**Mimi Ito (Antropología Cultural, a favor)** - Sé que debemos debatir, pero estoy de acuerdo que exista una educación para estos medios. Enseñarles a los niños cómo participar en línea conscientemente, pero la clave es adoptar la participación, como adultos debemos ir más allá que imponer límites de tiempo sobre el contacto con la tecnología. Debemos explicar cómo interactuar activamente en línea

**Rahaf Harfoush (Nuevos Medios de Comunicación, en contra)** - No estoy de acuerdo en eso. Debes monitorear lo que los niños ven en línea. En Canadá hace unas semanas, una chica de 15 años se suicidó por cyberbullying. Como padre

debes saber cuál es su contraseña, qué hacen y con quién hablan. Esperar a una edad en la que entiendan cómo funcionan los tipos de comunicación en línea.

**Mimi Ito (Antropología Cultural, a favor)** - Los padres deben tener cuidado con su forma de monitorear y limitar. Hay formas positivas de involucrarse en la actividad en línea de los hijos, sin ser demasiado extremos, pero si no se respeta su privacidad, un adolescente encontrará cómo evadirlo. Debe haber un entendimiento entre adultos y jóvenes.

**Rahaf Harfoush (Nuevos Medios de Comunicación, a favor)** – Eso es cierto, no se trata de ser un “gran hermano”, sino de conversar. Mis padres hablaron conmigo y no se limitaron a decir qué podía hacer o no [...]. No importa que existan filtros de seguridad para proteger aún más la autonomía del usuario, tan solo con ser usuarios [...]. En cuanto a privacidad, si usaras Facebook o Twitter es tu responsabilidad educarte sobre la información que compartes y lo que se hace con ella (YouTube: Debate: Las redes sociales, 2013).

En este primer debate frontal se expone argumentos sólidos acerca de lo favorable y peligroso que puede ser Facebook. Es interesante esta confrontación de ideas porque se contraponen dos discursos que vienen de diferentes ambientes: Por un lado, el de Rahaf Harfoush, representante de los medios de comunicación social y en contra de Facebook, expresó que la red social es débil en sus filtros de seguridad y configuración de privacidad y, por el otro lado, el de Mimi Ito, perteneciente a la academia y está a favor de aquella comunidad virtual, dijo que mientras mayor conocimiento tenga el usuario mayor será su participación en un mundo maravilloso que le abre las puertas para conocer todo el mundo.

El debate mantenido en favor y en contra tiene absoluta corresponsabilidad con la política de privacidad y seguridad que ofrece Facebook. Al observar aquellas posiciones, sea cual sea el tema a debatir siempre se va a concluir que la configuración de la privacidad de Facebook es el causante de todos los malestares sociales que acontecen en el devenir diario de su plataforma. Si hay que elegir en esta primera confrontación a un ganador, pues Facebook se lleva el galardón de los discursos y de los aplausos de todo el auditorio presente.

El segundo debate intelectual es el más importante porque estuvieron frente a frente, Salim Isamil (Dir. Singularity University - académico) y Randi Zuckerberg (Dir. Mercados Globales de Facebook), en la que el contradiscurso de los argumentos académicos se vio expuesto ante la posición de la propia comunidad virtual:

**Salim Isamil (Dir. Singularity University, en contra)** – Represento a las 50 personas que está en contra de las redes sociales. Formemos una red social al final de esta sesión, (el público aplaude) [...]. Desde hace mucho, se dice que no es lo que sabes, sino a quién conoces. Tendrás éxito o fracasarás por quién conozcas. Mi argumento es que se trata de una mentalidad tribal. Los beduinos sobreviven en el desierto por la gente que podían confiar, o eran expulsados de la tribu. El número de Dunbar, nos dice que podemos confiar en 50 personas en un círculo social, al sobrepasarlo se hacen nuevas tribus, las redes sociales ampliaron esa capacidad, debemos trascender esa capacidad. A quién conozco por casualidad no representa lo exitosas que puedan ser mis ideas.

**Randi Zuckerberg (Dir. Mercados Globales de Facebook, a favor)** – Me sorprende que quisieras tomar una posición con tan poco apoyo. México tiene el segundo puesto de usuarios en Facebook, (el público aplaude) [...]. Llevo 7 años viendo de primera mano algo tan importante que ahora es tema para un debate, he tenido experiencias increíbles ahí, pude ver que un joven de Colombia Oscar Morales usó Facebook para protestar en contra de las FARC. Millones de personas en un grupo de Facebook se reunieron para marchar. He visto como Facebook les dio a las personas la oportunidad de hacer sonar su voz [...], también he visto grandes desastres naturales, como el terremoto de Haití [...]. La Casa Blanca y la Cruz Roja utilizaron Facebook para comunicarse con personas de ese país, porque era la única forma. Por primera vez, las redes sociales le están dando ese derecho a la gente del mundo,

**Salim Isamil (Dir. Singularity University, en contra)** – Eso es maravilloso, sin embargo, hace 10 años un rebelde era anónimo. Si fuera ahora, buscarían a los miembros en Facebook para matarlos. Eso hacen los gobiernos del mundo con impunidad, espían a la gente y reúnen información.

**Randi Zuckerberg (Dir. Mercados Globales de Facebook, a favor)** – Durante las elecciones de Irán, nos vimos forzados a revisar las políticas de Facebook. Tienes razón, el gobierno intentó ingresar a la red. Descubrimos que los mensajes privados de Facebook eran de las únicas formas de comunicación, sin rastreo del gobierno.

**Salim Isamil (Dir. Singularity University, en contra)** – El gobierno los espía, ahora utiliza Bluetooth.

**Randi Zuckerberg (Dir. Mercados Globales de Facebook, a favor)** – No tanto Facebook, pero tú no trabajas en Facebook, no sabes qué es lo que puede espionar el gobierno.

**Salim Isamil (Dir. Singularity University, en contra)** – Nuestro director es futurista del FBI. Entiendo qué pueden y no pueden espionar.

**Randi Zuckerberg (Dir. Mercados Globales de Facebook, a favor)** – Nuestras políticas nos hacen eliminar datos cada 24 horas.

**Salim Isamil (Dir. Singularity University, en contra)** – ¿Espían en tiempo real ah?, no discutiré lo de los grandes desastres, Durante un gran desastre, no se trata de la red social, sino de la conectividad, ¿Quién está, en dónde? Debes conocer la identidad, no a quién conoces.

**Randi Zuckerberg (Dir. Mercados Globales de Facebook, a favor)** – Creo que mencionas puntos muy interesantes, pero se me está acabando el tiempo. Debes ver eventos recientes como las elecciones en el mundo. En 2003 la gente ignoraba a lo que hoy se conoce como generación Facebook, Hillary Clinton dijo que no le importaba esa generación. Eso no la ayudó. Se trata de que la gente tenga voz por primera vez.

**Salim Isamil (Dir. Singularity University, en contra)** – Es genial y ayuda a la humanidad en cierto nivel. Nos ha ayudado a trascender y ampliar nuestra naturaleza tribal, pero debemos averiguar cómo trascender eso. No solo hablo de Facebook, sino de todas las redes sociales. Generalmente se da una voz, se amplifica y se reduce la conectividad. Nos gusta, es nuestro favorito. Es una preparatoria gigante. El acoso y el bullying también se amplifican. Debemos superar los años adolescentes de las redes para que tengan un valor para el mundo. [...] Estamos aquí, no a través de una red social, porque la comunicación directa nos hace humanos, las redes sociales lo amplifican, pero debemos cambiar, (el público aplaude) [...]. La tecnología es neutral, debemos ser responsables, pero no es lo que vemos en las comunidades virtuales (YouTube, Debate: Las redes sociales, 2013).

Este debate fue trascendental para el aporte de esta investigación porque se evidencia que la política de privacidad de Facebook es un asunto de interés mundial. Esta confrontación de argumentos se centra en dos posiciones: Por un lado, Salim Isamil (Dir. Singularity University), alude que Facebook es una red social que, en consenso con gobiernos, espían a toda la comunidad de usuarios para ver que hacen con su información, porque sus filtros de seguridad favorecen a que otros vigilen permanentemente a los usuarios y, por el otro lado, Randi Zuckerberg (Dir. Mercados Globales de Facebook), expresa que Facebook es una plataforma de comunicación para ayudar al usuario a emitir cualquier acontecimiento que suceda en la vida real, además de ayudar a que la gente se relacione de manera permanente.

EL debate fue enriquecedor para todos los sujetos sociales que fueron parte del auditorio, unos pocos habrán cambiado su posición con respecto a Facebook y otros legitimaron su uso. En esta confrontación de ideas la academia desprestigió y confundió públicamente los argumentos débiles de Facebook. Se evidenció las contradicciones en el discurso de la representante de la red virtual, dejando en la palestra pública muchas inquietudes sin responder, sin embargo, los criterios sólidos del panelista y académico fueron contundentes para salir airoso en esta batalla de ciencia, tecnología y sociedad.

Los debates descriptos hacen de la política de privacidad de Facebook un asunto que está en plena construcción social y tecnológica, develando que cuando éste anuncia cambios en la configuración de su privacidad la modalidad del funcionamiento cambia y

renace nuevas incertidumbres con respecto a la protección de los datos personales, ya que los usuarios se tienen que adaptar a un nuevo código que requiere más regulación y mayor control. El protagonismo de los usuarios (publicaciones en el muro, conversaciones en chat, interacción en varias aplicaciones y sitios web) son trascendentales para hacer uso de un texto electrónico en la que plasman sus sentimientos, sus gustos y sus posiciones ideológicas que sirven para alimentar la base de datos de Facebook y sus empresas afiliadas, por ejemplo, cuando un usuario escribe en su muro o perfil contenidos racistas y homofóbicos está infringiendo la vida privada de otros sujetos culturales y de género, es decir, cuando se visibiliza este tipo de comentarios, el único responsable es la estructura tecnológica de Facebook por no mejorar sus filtros de seguridad y configuración de la privacidad.

Muchas organizaciones culturales y de género en favor de los Derechos Humanos han declarado su inconformidad con respecto a ciertos comentarios de usuarios de Facebook que viven disgustados por la existencia de corporalidades del mismo sexo (matrimonio gay o lesbiano) u otro tipo de color de piel (indígena o negro). Estos actores sociales se sienten rechazados o deslegitimados en esta red virtual, en donde sus opciones de seguridad contribuyen a la violación de la privacidad. El 21 de Mayo de 2013, en el sitio web **Facilísimo** se visibilizó una noticia en la que Facebook reconoce que su funcionamiento posibilita la violación de género:

La compañía admitió que sus “sistemas para identificar y eliminar discursos de odio no han funcionado como deberían” [...]. Las organizaciones feministas The Everyday Sexism Project y Women que participaron en el boicot a Facebook se quejaron de que su estructura tecnológica alojaba páginas como 'Violar con violencia a tu amigo solo para reírte', 'Violar a tu novia y a muchas, muchas más', así como fotografías de mujeres golpeadas, sangrando, drogadas, etc., (Facilísimo, 2013).

Facebook tiene que mejorar y fortalecer su estructura tecnológica respecto a los filtros de seguridad y configuración de la privacidad para que su funcionamiento deleve una verdadera protección de los datos personales de sus usuarios y un sofisticado funcionamiento basado en eficiencia, eficacia y seguridad para proteger la interacción e interrelación social, sin discriminación de género y cultura, en donde el ambiente virtual se torne bajo estándares tecnológicos que legitimen los Derechos Humanos, el derecho a estar tranquilos y el derecho a respetar las tendencias de otros usuarios.

Ante las demandas expuestas por los grupos u organizaciones sociales en contra de Facebook, éste actuó de manera inteligente, se unió en favor de garantizar los Derechos Humanos en los intersticios de su ambiente virtual:

Facebook es miembro de plenos derechos de GNI (Global Network Initiative) [...], una organización sin ánimo de lucro que promueve un internet libre y protege los derechos de privacidad [...]. El vicepresidente de la red social, Elliot Schrage, afirmó que la compañía se ha unido al organismo como parte de su compromiso para “progresar en derechos humanos, lo que incluye la libertad de expresión y el derecho a comunicarse libremente” (Facilísimo, 2013).

Cuando Facebook se ve envuelto en un ambiente hostil de demandas sociales y jurídicas en contra de su política de privacidad, éste tiende a emitir discursos de aceptar sus errores y mejorarlos, pidiendo una disculpa ante la opinión pública. Entonces, para desviar cualquier contradiscurso, por un lado, cambia su configuración de privacidad para “garantizar” la protección de la información personal de sus usuarios y, por el otro lado, se incorpora a ciertas instituciones electrónicas que trabajan en post de la defensa de los derechos humanos y de la privacidad.

La construcción controversial de la privacidad en Facebook es tema de debate a nivel internacional, en donde participan una gran diversidad de exponentes devenidos de los intersticios de la academia (en ciencias sociales y tecnológicas), también de ambientes como el social, político, jurídico, económico y cultural. Está claro que a mayor demanda de los usuarios mayor será la presión para Facebook en cambiar y mejorar sus filtros de seguridad y configuración de la privacidad para visibilizar un nuevo estilo de funcionamiento que con seguridad traerá mucha incertidumbre respecto a la protección de los datos. Entonces, si se quiere buscar algún responsable no solo fijemos nuestra mirada en Facebook, sino también en el protagonismo de los usuarios, es decir, la responsabilidad es compartida entre el actor social y su artefacto tecnológico, ya que interpretando a la SCOT, “lo social y lo tecnológico necesitan absorberse mutuamente porque están contruidos culturalmente” (Hughes y Buch, 2008).

## CAPÍTULO IV

### ¿CÓMO DEFINEN LOS USUARIOS LA PRIVACIDAD?

La construcción controversial de la privacidad en Facebook es un tema que involucra a una gran diversidad de actores devenidos de lo social, lo tecnológico, lo político, lo económico, lo cultural, lo jurídico y académico, en la que exponen sus discursos en favor o no de esta plataforma. La convivencia en Facebook se define a través de la relación constructiva del usuario con su comunidad virtual y viceversa, una relación polémica que se fragmenta en su estructura tecnológica, en donde la esfera privada de los datos personales se exhiben abiertamente al público, fraccionando la identidad cultural de cada uno de los usuarios.

Los datos íntimos de los usuarios guardados en los cookies son los más apetecidos por el propio Facebook y sus empresas afiliadas. En esta comunidad virtual se conoce poco de su política de privacidad, su estilo, su funcionamiento y su alcance, quizás por el desinterés de los usuarios en no concebir la noción de privacidad como un derecho indispensable dentro de lo virtual, por lo que este análisis requiere otro tipo de tratamiento y percepción de nuevos actores, en este caso, devenidos de la academia como los estudiantes de maestría de la FLACSO - ECUADOR porque son profesionales que se desarrollan en áreas de lo social, lo político, lo jurídico, lo antropológico, lo comunicacional, lo cultural y lo económico para dotarle, mediante fundamentos académicos, solidez y consolidación a este proyecto de maestría - *La Privacidad en Facebook*.

A continuación se describen las 16 preguntas (unas correlacionadas con otras) para evidenciar qué percepción tienen los maestrantes acerca del tratamiento que, por un lado, Facebook le otorga a su estilo y funcionamiento en los configuración y filtros de seguridad y privacidad y, por el otro lado, si los actores sociales protegen o no su privacidad cuando están en plena interacción en interrelación social.

## **Red Social**

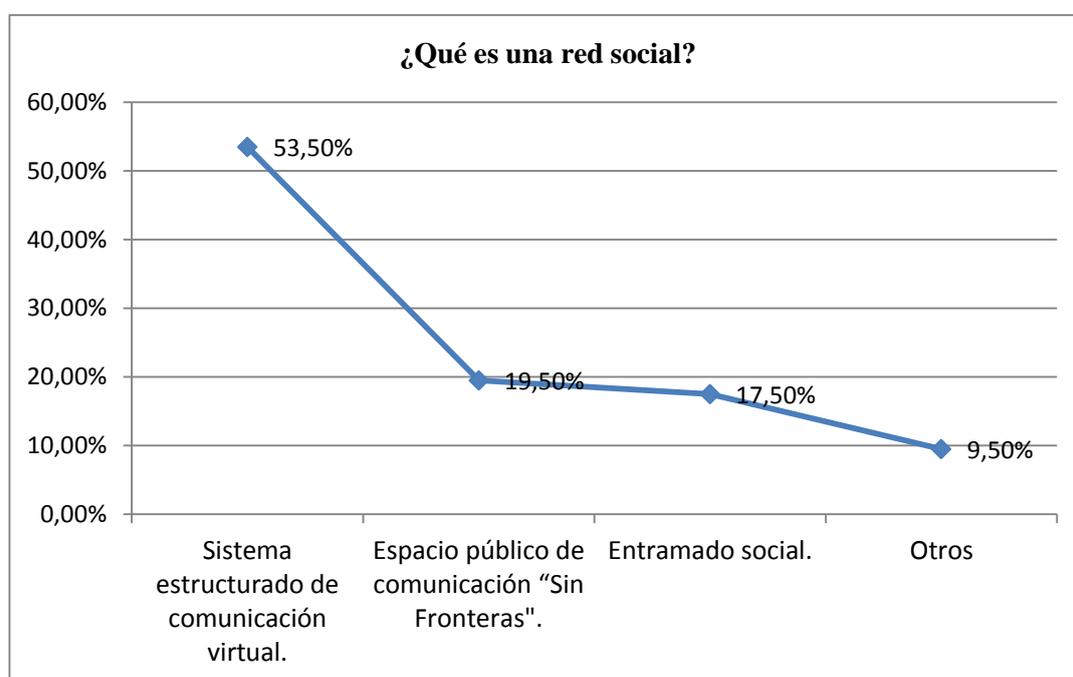
El concepto de red social es una noción que se va construyendo permanentemente en cada espacio, lo fue en el ámbito real a través de lasos sociales que establecían amigos y conocidos (en el barrio, la vecindad, la escuela) para crear grupos identitarios y así afianzar sus concepciones e intereses. Ahora, la red social se construye en un ámbito virtual en donde la sociedad y la tecnología confluyen dentro una misma historia, cultura y ley.

La noción de red social se visibiliza en una construcción que posee flexibilidad interpretativa, en la que varios grupos sociales relevantes devenidos de lo político, económico, jurídico, tecnológico, informático, comunicacional y cultural se interrelacionan para promover cambios, políticas públicas y regulaciones a cada comunidad virtual como Facebook, porque “las posiciones de los actores sociales en un red social determinan la “estructura de oportunidad” de un actor respecto a la facilidad de acceder a los recursos de otros actores “ (Requena, s.f.: 5).

El gráfico 1 hace referencia a la noción de red social desde una concepción socio – técnica de interconexión e interrelación social mediante el uso de distintos instrumentos de comunicación. Lo sorprendente es que los encuestados/as no definieron a la red social desde sus orígenes, es decir, entre esa relación directa de humanos, sino que limitan a la red social desde diferentes conocimientos del ámbito virtual, por ejemplo, la red social (53,50%) es concebida como un sistema estructurado de comunicación virtual compuesta por distintos actores (individuales e institucionales) en donde interactúan y se interrelacionan socialmente para intercambiar percepciones, apreciaciones y actuar en base a sus principios morales, políticos, culturales y entre otros. En cambio, otro grupo de sujetos sociales (19,50%) manifiesta que la red social es un espacio público de comunicación “Sin Fronteras”, de convocatoria y difusión que permite forjar territorios virtuales en los que se establecen grupos afines y relaciones identitarias entre actores conocidos y desconocidos para cumplir un determinado fin. Estas dos concepciones evidencian a la red social como un mundo intercultural, de libre acceso y participación activa, sin hacer mención a una ley que lo regule.

En esta misma línea de análisis surge un importante número de estudiantes (17,50%) que define a la red social como un entramado social que puede ser usado para causar daño, cometer estafa, falsificación de identidades, bullying, racismo e intolerancia. Esta concepción legitima a este proyecto de análisis socio – técnico porque se pone en evidencia los peligros y malestares que causan las comunidades virtuales en el ámbito de lo privado de los usuarios. Por último, un reducido porcentaje de encuestados (9,50%) cree que una red social se desarrolla en otros conceptos que contrastan a los anteriores discursos.

Gráfico 1  
Privacidad Facebook: Red Social



**Autor:** Jairo Arciniega

En la estructura tecnológica de la red social se encuentran varios actores individuales (con visión particularista) y actores colectivos (con visión universalista) que marcan el espacio privado en los intersticios de la esfera virtual para conservar y proteger su identidad personal, colectiva y cultural a pesar que la privacidad en las comunidades virtuales es una metáfora construida desde lo público, sin hacer omisión al artículo 8 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea del 2000: “En cualquier red social toda persona tiene derecho a la protección de los datos personales

que sean de su propiedad [...]. Estos datos se tratarán de modo leal, para fines determinados y sobre la base del consentimiento del usuario afectado” (Diario Oficial de la Unión Europea, 2000: 10). Sin embargo, las plataformas virtuales no legitiman aquel artículo porque la información privada de sus usuarios es la mejor mercancía para ofertar y buscar lasos identitarios de carácter publicitario.

## **Actor Social**

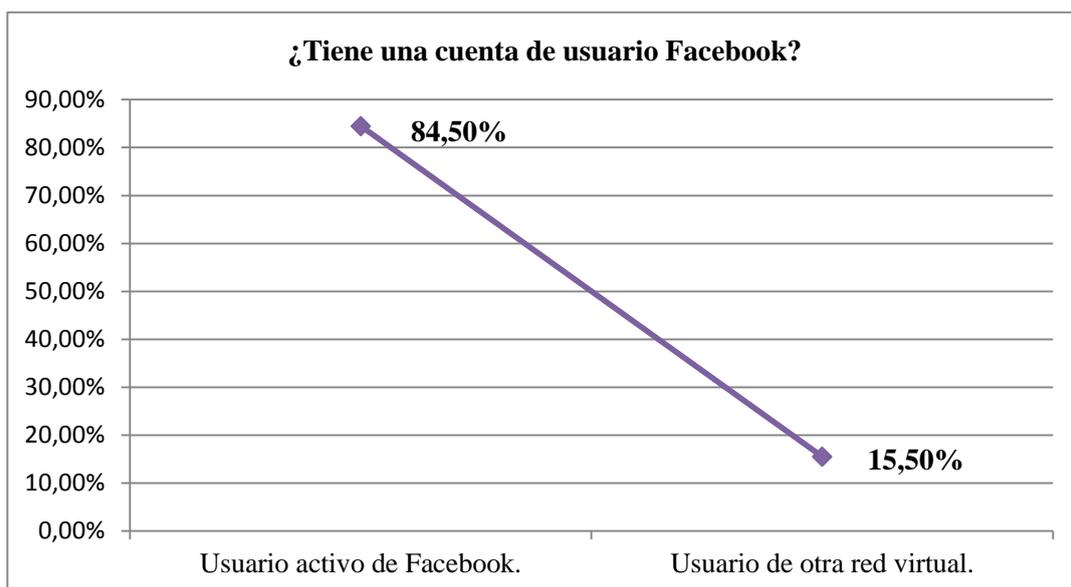
La socialización de los seres humanos no solo atraviesa los ambientes reales, sino también los virtuales ya que Facebook se ha convertido en una plataforma de construcción socio – técnica que invisibilizó a otras redes sociales como Orkut, Hi5 y MySpace que quedaron en el olvido, pero ¿por qué es importante tener una cuenta en una red social, aún más en Facebook? Porque las comunidades virtuales como Facebook “poseen características propias que las vuelven atractivas para los usuarios y cada uno apela a distintos tipos de cibernautas en la red [...] a partir de los usos e implicaciones locales que tienen dichos espacios” (Albornoz, 2008: 8), posibilitando la interconexión e interrelación social con otras personas de otros entornos lejanos (o cercanos que se perdieron en el tiempo y espacio real) dando apertura a la visibilidad de sus corporalidades cualitativas mediante instrumentos audiovisuales como fotografías, videos e imágenes. Además, tener una cuenta en Facebook generó el entierro de lo común en el ciberespacio porque esta plataforma virtual traía en sus intersticios toda la estructura social, política, jurídica, cultural, tecnológica, publicitaria y demográfica del mundo para transformarla como el Planeta Tierra de la virtualidad. En definitiva, los usuarios tienen una cuenta en Facebook por simple presión social para demostrar sus acciones en público.

El análisis de la red social crea malestar en algunos usuarios (17,50%) porque se fracciona su privacidad (gráfico 1). Ésta se conecta con la pregunta 2 del gráfico 2: ¿Tiene una cuenta de usuario Facebook? La mayoría de los estudiantes encuestados (84,50%) tienen activada una cuenta de usuario Facebook para establecer comunicación y relación con diferentes usuarios (grupos identitarios) que les rodean en la vida real (familiares, amigos, compañeros de universidad, de trabajo), fomentando un ambiente de integración e interrelación social para discutir y publicar temas de

interés nacional e internacional y académico. También sirve como un medio de entretenimiento, distracción y curiosidad, por lo que a este público se le puede considerar usuarios activos y verdaderos actores sociales. Esta percepción refleja, en términos de Foucault, “relaciones de fuerza y poder” entre el sujeto y el objeto y viceversa. Una estructura tecnológica tan idolatrada como Facebook es apreciada como un fenómeno que visibiliza otros territorios para crear lasos entre toda la interculturalidad mundial, en otras palabras, Facebook es concebido como un instrumento de debate dentro de lo social, personal, familiar, profesional e identitario. En contraste, un limitado número de estudiantes (15,50%) confirman en no poseer una cuenta Facebook porque consideran que es una amenaza a los datos íntimos y una pérdida de tiempo. Esta concepción da a entender que esta plataforma virtual es un instrumento de alto riesgo, de no confiabilidad y no credibilidad en su código de funcionamiento que termina en la fragmentación de la privacidad.

Gráfico 2

Privacidad Facebook: Actor social Facebook



**Autor:** Jairo Arciniega

En este contexto la red social se percibe bajo la noción de ámbito virtual en la que sus “actores sociales van formando parte de ella sobre la base de multitud de relaciones diferentes [...] que reflejan una variedad de relaciones sociales, algunas serán más particularistas y otras más universalistas, en la cual un actor se ve envuelto” (Requena,

s.f.: 10) en situaciones que pueden comprometer su esfera íntima a disposición de lo público.

### **Usos en Facebook**

El funcionamiento o no funcionamiento de un artefacto tecnológico cambia conforme sus actores sociales lo manipulen reiteradamente o se vuelvan más exigentes. Cuando los usuarios de Facebook son muy activos significa que le están otorgando diferentes usos (benéficos o perjudiciales), filtrándose en diferentes estadios virtuales de aplicaciones o publicidad que estén ligados a sus intereses personales que dan como resultado la socialización de lo privado para establecer una tendencia colectiva, ya que Facebook, desde la manipulación del propio usuario, es una comunidad de paralelismos de identidades reales y estereotipadas. En este sentido:

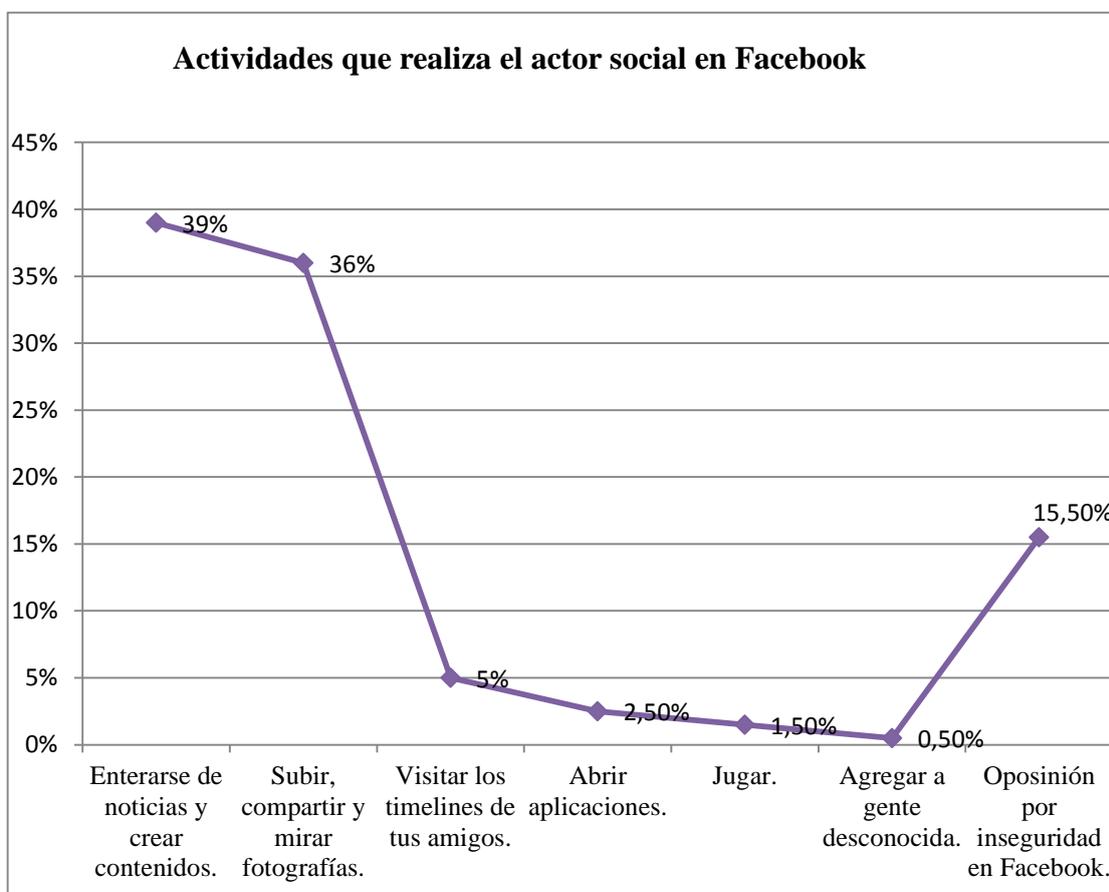
El “juego de información” se inicia y la construcción de la imagen que queremos presentar a los demás empieza por el ofrecimiento de grandes cantidades de información sobre el sujeto: su foto en el registro, los álbumes de fotos que se cuelgan en línea para compartirlos con otros, los comentarios que los otros nos envían y que permanecen en el perfil del usuario y que pueden, por ende, ser leídos por cualquier visitante que puede fracturar el ámbito privado (Albornoz, 2008: 8).

En el gráfico 3 de la pregunta 3 dice: ¿Qué es lo que más le gusta subir en su perfil de Facebook? Las y los encuestadas/os (33%) disfrutaban de subir y comentar fotos de sus amigos, familiares, compañeros de universidad y trabajo para mantener un ambiente de armonía con su grupo social. En esta concepción se prevé un espacio de la socialización de lo privado entre conocidos. En contraste, un importante número de la población encuestada (30.50%) prioriza en subir, sugerir y comentar artículos de interés personal como políticos, sociales, culturales, ecológicos, derechos humanos como una forma de estar informados de la realidad nacional e internacional que gira alrededor del mundo. Este porcentaje devela a un público intelectual e informado con el afán de trascender la frontera de lo privado hacia lo público para desarrollarse y participar en temas de interés global. Sin embargo, un número de estudiantes (9%) y (7%) prefiere subir y comentar videos musicales, imágenes de reflexión, slogans y chistes como una forma de entretenimiento y relax para salir de la rutina. Este promedio refleja el advenimiento del ocio que puede terminar en la exposición de los datos privados mediante un clic en “Me gusta” dentro de cualquier arena virtual. Por

último, un pequeño número de estudiantes (15,50%) no poseen una cuenta de usuario Facebook, o, se consideran opositores de aquella red virtual por sus repetidas fallas en sus filtros de seguridad que posibilitan la visibilidad de los datos personales.

Las respuestas de este análisis se correlacionaron con las de la pregunta 10: Entre las actividades que realizas en Facebook, indica por orden de importancia las que más te gusta hacer: a) Enterarse de noticias y crear contenidos (39%) políticos, culturales, sociales, derechos humanos, académicos; b) Subir, comentar, compartir y mirar las fotos (36%) personales, de sus amigos, de sus familiares, de sus compañeros de universidad y trabajo; c) Visitar los timelines de sus amigos (5%); d) Usar aplicaciones (2,50%); e) Jugar en la red (1,50%) y f) Agregar a desconocidos (0,50%).

Gráfico 3  
Privacidad Facebook: Uso e identidad



**Autor:** Jairo Arciniega

Las acciones que desarrollan los usuarios en la estructura tecnológica de Facebook son de carácter cognoscitivo acerca de la realidad de las fallas en los filtros de su seguridad y privacidad, por lo que se muestran a usuarios de sentido común y fieles a sus principios de conservar y proteger el ámbito privado dentro de lo público. Sin embargo, Facebook está “diseñado para estimular tu sociabilidad (a un nivel superficial, claro), relacionarte con más gente, exponerte aún más [...]. Para el usuario, Facebook ofrece un medio de estimular su vida social, y cuanto más gente lo usa más poderoso es ese medio” (Rivera, 2013).

Este análisis denota dos aspectos indispensables: Por un lado, los usuarios de Facebook van construyendo su propia identidad mediante los usos que le otorgan a su plataforma virtual y, por el otro lado, es el propio Facebook el que provoca cambios en su estructura tecnológica para fraccionar la identidad social y cultural del usuario para luego convertirla en una identidad más estereotipada, ya que “toda identidad, en cualquier región o lugar de la realidad o del ciberespacio, está cruzada o constituida por un fenómeno de "hibridación", de pérdida de lo propio y de cruce con otras” (Canclini 1990 y 2000, citado en Atenea: 2012).

### **Ámbito Privado**

A lo largo de la historia real se ha discutido dos nociones importantes que regulan todo un territorio: Por un lado, la esfera pública que se desarrollaba en espacios como la plaza, el mercado, las aceras, el parque, entre otras y, por el otro lado, la esfera privada que se efectuaba en salones, castillos y cafés. Estas nociones se asimilaban en la antigua Grecia que ahora se convierten en conceptos inexplicables e imperceptibles en los intersticios del ámbito virtual, sobretudo en Facebook, en la que “la palabra público significa que todo lo que aparece en público puede verlo y oírlo todo el mundo y tiene la más amplia publicidad posible y, el término “privado” es estar privado de la realidad que proviene de ser visto y oído por los demás” (Arendt, 2009: 59, 67).

Los usuarios de Facebook son sujetos que conllevan círculos de amistad identitaria o de popularidad para medir su éxito en esta plataforma virtual. Existen actores sociales que mantienen su arena personal (perfil) solo para amigos y conocidos,

sin buscar extender su imagen, tan solo formar parte de la interacción con sus pares y así mantener la privacidad de sus datos en orden, En contraste, otros usuarios (adolescentes y jóvenes) buscan fraccionar su arena íntima para expandirla por todo el territorio Facebook y cautivar a usuarios desconocidos que se convierten en sus máximos seguidores. La noción seguidores en Facebook hace referencia a la atracción física e ideológica por otra persona, o, por algún objeto socio – técnico (aplicaciones, enlaces, publicidad, sitios web) que generan la aparición de nuevas comunidades paralelas.

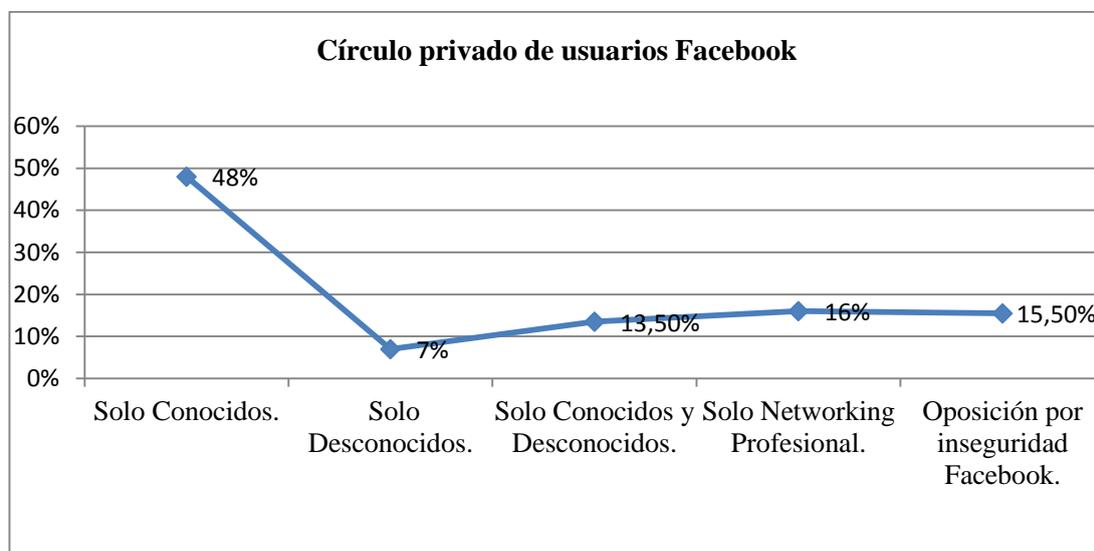
Para demostrar que Facebook es una red social muy amplia, de expansión y de proyección territorial, en la pregunta del gráfico 4 dice; ¿Es importante para usted el número de amigos que tiene en Facebook? Un considerable porcentaje de estudiantes (51%) afirman que no es indispensable el número de contactos en Facebook, siempre y cuando se maneje con racionalidad el tema de la privacidad de los datos personales, agregando a amigos cercanos, familiares, compañeros y grupos afines (conocer las actividades cualitativas de los contactos tanto a nivel profesional, laboral, social y familiar), facilitando libremente la difusión de los contenidos que se desean hacer públicos para no fragmentar el espacio de lo privado. Esta afirmación da por sentado la responsabilidad social de los usuarios en tener conocimiento de que el espacio íntimo - virtual está supeditado a sus propios usos, son ellos los responsables de sus actos y discursos:

El aspecto positivo de la intimidad sirve de fundamento al denominado “derecho a la autodeterminación informativa” o también “libertad informática” que persigue la protección de la intimidad personal y la consolidación de una plena capacidad del individuo sobre cualquier ámbito de su personalidad, lo cual redundaría en una protección íntegra de la vida privada (Ballester, 1998: 51, citado en Albornoz, 2008: 6).

En contraste, una minoría de los y las encuestadas/os (33,50%) consideran que es importante mantener como contactos a sujetos sociales conocidos y a figuras públicas que no se les puede encontrar en la vida real. Esta percepción prevé que Facebook es una plataforma que posibilita el ámbito privado de los usuarios en la amplitud de lo público, haciéndola propia y disponible para cualquiera. Sin embargo, un pequeño número de estudiantes (15,50%) no poseen una cuenta de usuario Facebook, o, se consideran opositores de aquella red virtual por sus repetidas fallas en sus filtros de seguridad que posibilitan la visibilidad de los datos personales.

En este análisis los usuarios afirman que Facebook es una estructura tecnológica de alta inseguridad en sus filtros de seguridad y configuración de la privacidad, por lo que consideran necesario resguardar y proteger sus datos íntimos y la de su grupo social identitario. Esta concepción se ratificó con la pregunta 9 del gráfico 4: Utiliza su cuenta Facebook para participar, interactuar e interrelacionarse con: 1) Solo amigos, familiares, compañeros y conocidos (48%), 2) Desconocidos (7%) para interrelacionarse de manera directa y para hacer futuros encuentros presenciales de carácter profesional, de amistad y sentimental, 3) Las dos anteriores (13,50%) y, 4) Para hacer networking profesional (16%) de acuerdo a sus intereses, objetivos profesionales y laborales.

Gráfico 4  
Privacidad Facebook: Ámbito Privado



**Autor:** Jairo Arciniega

La importancia de construir una red virtual más grande y amplia está creciendo de manera acelerada porque consigo lleva a dos nociones importantes: el ámbito privado y el ámbito público. Por ejemplo, las redes sociales de corporalidades reales son mucho más expresivas, más sinceras, más confiables e identitarias, sus integrantes protegen su frontera privada en su misma arena. En cambio, en las redes sociales de lo virtual no existe una confiabilidad entre sujetos porque no son visibles en sus actos y sus convicciones pueden fracturarse por siempre, sin derecho a un juicio de valor.

La red social Facebook es una plataforma que no encontrará su definitiva “estabilización y clausura” porque sus usuarios amplían su territorio virtual mediante la exploración de otras arenas virtuales, es decir, expanden su espacio íntimo dentro de lo público, ya que lo público de Facebook es lo privado de los datos personales de los usuarios. Otra metáfora más que se descubre.

### **Derecho de Protección y de Fragmentación**

El número de contactos o amigos que se encuentran registrados en Facebook son importantes para determinar cómo se va construyendo la privacidad del usuario, qué estilo le está otorgando a su ámbito íntimo. Sin embargo, en esta red virtual se evidencian dos nociones muy importantes que rigen su funcionamiento: Por un lado, se encuentra la noción de “*protección*” que se construye en los intersticios del código y política de privacidad para darle al usuario el respaldo jurídico, regulador y normativo de la seguridad de sus datos en el ciberespacio y, por otro lado, se visibiliza la noción de *fragmentación* que es parte primordial del estilo y funcionamiento de Facebook para construir controversias, debates e inseguridad en la frontera privada de sus usuarios, usuarios que luego se convierten en sujetos públicos, en bienes de cualquier índole. El término fragmentación le otorga a esta estructura tecnológica la posibilidad de construir lo impensable para invisibilizar lo privado, poniendo en juego la reputación de sus ciudadanos virtuales que, por medio de su participación activa, pueden fragmentar su reputación fomentando “la “extimidad” que es “hacer externa la intimidad”. Hace alusión a aquéllos que [...] trasladan al contexto de esta red social el conjunto de acontecimientos vitales de sus vidas, redactando así una autobiografía en tiempo real” (INTECO, 2012: 11).

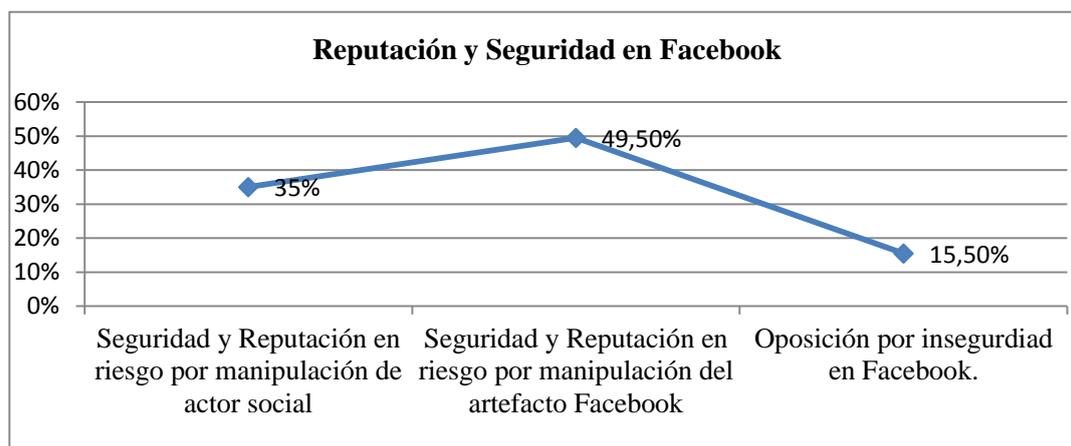
En el gráfico 5 se correlacionó y se valoró un solo porcentaje por la afinidad de las siguientes preguntas: ¿Considera que su reputación está en juego cuando usa su perfil en Facebook? (pregunta 5), ¿Se siente seguro dentro de Facebook? (pregunta 8). Un importante número de las y los encuestados/as (35%) aseguran que su reputación y seguridad no están fraccionadas porque sólo comparten información con usuarios que conocen (amigos, familiares, compañeros de universidad y de trabajo), participando con respeto y responsabilidad en cada uno de sus discursos dentro de Facebook.

También afirman que no existen sujetos sociales perversos que fragmenten su vida privada ya que han establecido varias restricciones de acceso a su cuenta e información personal. En esta valoración los estudiantes consideran que la vida privada de lo virtual debe ser un derecho intangible, valorativo y autónomo de cualquier intromisión que contribuya a la fragmentación. En contraste, la ruptura de la privacidad erosiona cuando la mayoría de los usuarios (49.50%) manifiestan que si está en juego su reputación y seguridad en los intersticios de esta plataforma virtual porque no existe privacidad en Facebook, sus filtros de seguridad son vulnerables, permitiendo el acceso a usuarios desconocidos (hackers, identidades robadas, cuentas falsas, bullying, fotomontajes, comentarios irracionales) en su perfil o muro personal que afectan la identidad cultural del usuario ya que en lo virtual “la identidad es una construcción discursiva, una creación de carácter fundamentalmente narrativo o un conjunto de "posiciones de sujeto" (Foucault) en permanente cambio” (Hall, 1992 y 1997). Esta concepción indica que Facebook es una estructura tecnológica que construye permanentemente su código y texto de la política de privacidad haciéndola más cuestionable y menos rigurosa. En última instancia, un pequeño porcentaje de encuestados (15, 50%) no poseen una cuenta de usuario Facebook, o, se consideran opositores de aquella red virtual por sus repetidas fallas en sus filtros de seguridad que posibilitan la visibilidad de los datos personales.

En esta línea de enunciación se argumenta con la pregunta 11: ¿Cuida su perfil en Facebook o lo utiliza como se le dé la gana? Las y los encuestados/as (63,50%) manifiestan que si protegen su perfil de cuenta Facebook como una regla indispensable de garantizar la protección de sus datos personales. En contraste, se visibiliza un pequeño porcentaje de estudiantes (21%) que descuidan su cuenta Facebook sin restricciones a terceros que pueden convertirse en actores principales para fraccionar la línea fronteriza de lo privado.

Gráfico 5

Privacidad Facebook: Derecho de Protección y Fragmentación



**Autor:** Jairo Arciniega

En la comunidad Facebook se construye, por un lado, la identidad del derecho a la protección de los datos personales devenidas de demandas sociales y, por el otro lado, la identidad del derecho a la fragmentación de la vida privada de los usuarios por parte del propio Facebook. Entonces, se prevé una lucha entre el ser humano y su artefacto tecnológico, quién lo regula a quién, al parecer es el segundo.

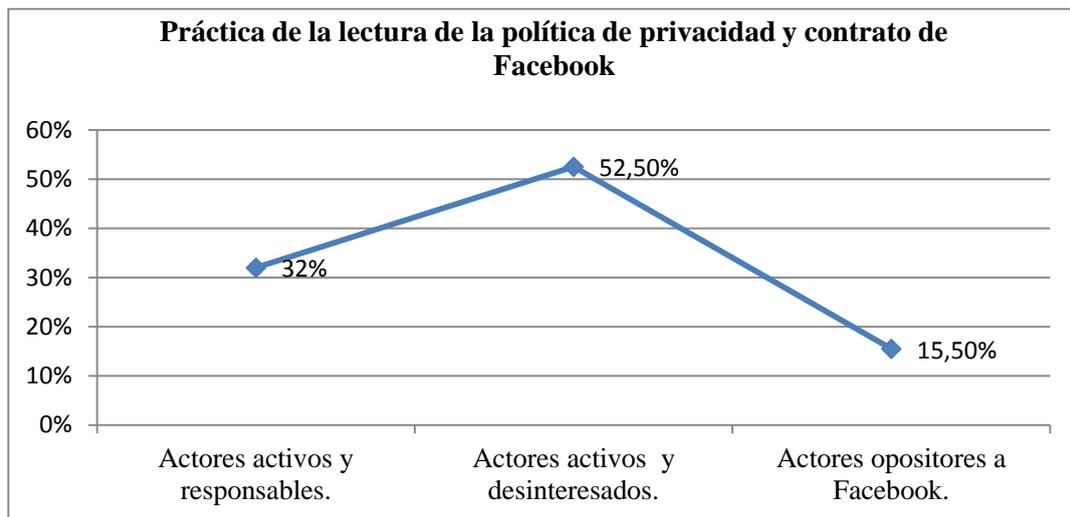
### Texto legal

En la esfera virtual de Facebook confluyen varios actores gubernamentales, parlamentarios y jurídicos (La CFC y el gobierno de los Estados Unidos, Comisión de Canadá, de Noruega, de Irlanda, entre otras) que lo norman y regulan para proteger los datos personales de los usuarios, también es la propia comunidad virtual quien controla y regula qué información es o no pública o privada dentro de su estructura tecnológica. En este aspecto, varios de los actores mencionados han sancionado a Facebook por fragmentar la frontera privada de los usuarios a través de impensables cambios en el funcionamiento y configuración de la privacidad, sin embargo, Facebook promulga la protección de la privacidad que está marcado en el texto legal de su política, el cual se construye hacia la filosofía de liberar los datos íntimos a otros territorios virtuales, en donde “la ubicuidad de esta tecnología en forma de sociedad [...], reside en el

subconsciente colectivo, en la memoria de los individuos, en una poderosa pulsión comunicante y comunicativa. Esta ubicuidad produce “no-lugares” como lo propone Marc Augé” (Rodríguez, 2011).

El texto de la política de privacidad de Facebook es un homenaje a la burla e ironía porque se visibiliza una escritura controversial que desprofesionaliza al lenguaje jurídico y descontextualiza la identidad de toda una interculturalidad en los intersticios de esta comunidad virtual. En el gráfico 6 de la pregunta 6 dice: Antes de ingresar a una red virtual como Facebook, ¿Sabe qué son los términos de la política de privacidad de Facebook? ¿Leyó su contrato? La mayoría de los y las encuestadas/os (52,50%) desconocen los términos de la privacidad de la red social porque no lo ven como una prioridad a investigar, porque no ejercieron la práctica de la lectura, por desinterés, irresponsabilidad, falta de tiempo y porque el texto del contrato es muy extenso, o, por estar confiados de las reglas y políticas de Facebook. Esta concepción da a entender que los usuarios no toman en serio la política privada de Facebook ya que no consideran la importancia del ámbito privado en los intersticios de lo virtual. En contraste, un considerable número de estudiantes (32%) conocen los términos de la política de privacidad de Facebook para tener una noción más clara de su funcionamiento y así entender qué es lo que están aceptando y en qué se están comprometiendo. Esta enunciación genera el interés y la responsabilidad social que tienen los usuarios respecto a su privacidad en esta comunidad virtual porque aseguran que la vida privada es un derecho, no solo establecido por la ley dentro de un territorio real, sino también en los intersticios de lo virtual. Este público es altamente ilustrado y protector de sus derechos. En último orden, un pequeño porcentaje de encuestados (15, 50%) no poseen una cuenta de usuario Facebook, o, se consideran opositores de aquella red virtual por sus repetidas fallas en sus filtros de seguridad que posibilitan la visibilidad de los datos personales.

Gráfico 6  
Privacidad Facebook: Texto legal



**Autor:** Jairo Arciniega

En la estructura tecnológica de Facebook se desarrollan dos tipos de usuarios: un actor ilustrado y preocupado de su privacidad y otro desinteresado del funcionamiento de su plataforma virtual. En estas apreciaciones se visibiliza y se construye la controversia de las fallas en los filtros de seguridad y configuración de la privacidad de Facebook, poniéndole a esta comunidad virtual como el actor principal que fragmenta el ámbito privado de sus usuarios, quienes a la vez, “hacen suya la web social, por su aportación, por su apertura, por su producción y difusión de contenidos, y porque se zambullen individualmente y en grupo, en busca no sólo de su destino, sino de la invención del destino de los otros” (García y Gértrudix, 2009: 14, citado en Comunicación y Sociedad, 2012) construyendo aún más las controversias de lo íntimo como bien público dentro de la esfera virtual.

### **Noción de Privacidad**

Facebook es el lenguaje más utilizado de los usuarios en los intersticios del ciberespacio, es el síntoma más visible de la revolución tecnológico - virtual y la construcción más controversial de concebir la frontera privada de los usuarios como un bien de la esfera pública. En este aspecto, los sujetos no relacionan los problemas de su

privacidad con las redes sociales porque perciben a éstas como plataformas de entretenimiento y ocio, más no como un instrumento peligroso que puede fraccionar la cultura de los datos íntimos, por lo que se evidencia una autoridad suprema de Facebook hacia sus actores, ya que en “los mundos virtuales [...] como Facebook, los usuarios se someten al diseño del sitio, se configuran a sí mismos siguiendo las pautas que el sistema les ofrece, en definitiva, también participan de un rol determinado, sólo que más imperceptible” (Albornoz, 2008: 7).

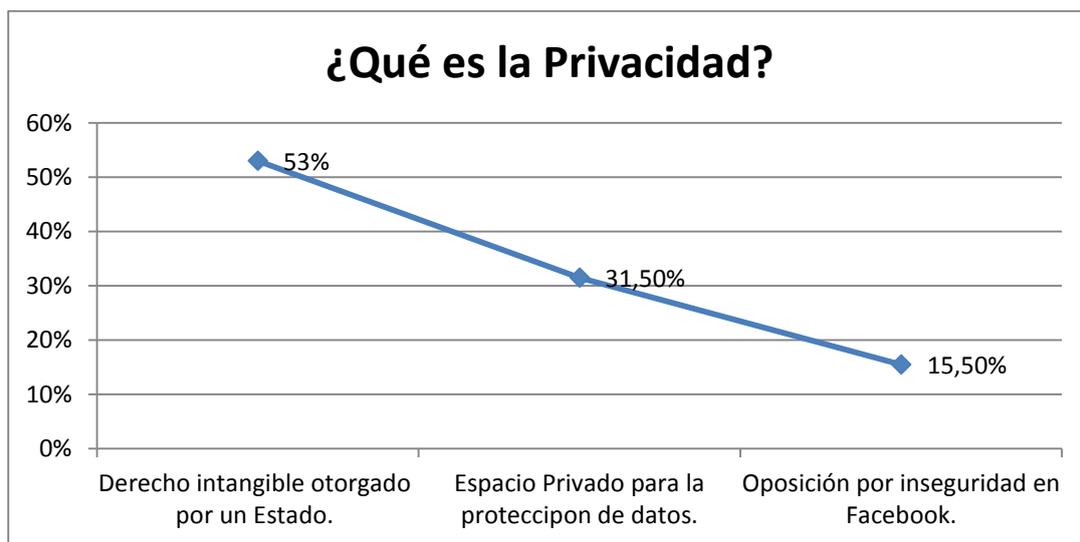
Facebook es una estructura tecnológica que regula y controla a los usuarios para involucrarlos en causas y efectos que provocan el estallido y malestar social que deviene en la fragmentación de su espacio privado. Entonces, Facebook pone al descubierto la base de datos personales como una fuente mercantil para todos, posibilitando la controversia entre lo privado y lo público, concepciones del derecho que esta red social no las quiere entender.

En las redes sociales “el código es la ley” (Lessig, 1999) que rige el estilo y el funcionamiento de toda estructura tecnológica que se desarrolla en el ciberespacio para generar controversias. Este código es la metáfora de la política de privacidad en los intersticios de Facebook para concebir el espacio íntimo como una arena más del territorio virtual. Sin embargo, la noción de privacidad en Facebook es un arma de doble filo porque la escritura del texto de su política se fragmenta cuando se hace uso de su funcionamiento tecnológico.

En esta línea de análisis, en el gráfico 7 de la pregunta 7 dice: ¿Qué es la privacidad? La mayoría de los y las encuestadas/os (53%) afirman que la Privacidad es un derecho intangible otorgado por la ley de un Estado (determinado por lo público), de un individuo o colectivos sociales que se desarrollan en un espacio privado, íntimo y reservado, preservando su integridad, fuera del conocimiento y del escrutinio de los demás actores. En esta percepción los encuestados conciben a la privacidad como el deber u obligación de un Estado en respetar la arena íntima de una organización, de la familia o de un individuo para fomentar la libertad y la democracia. En contraste, una considerable minoría de estudiantes (31,50%) asevera que la Privacidad es un espacio privado para la protección de los datos personales (actos, acontecimientos, eventos, noticias), en la que interactúan y participan usuarios que establecen relaciones identitarias, restringiendo a terceros actores desconocidos que pueden fraccionar la

información íntimo – personal. Esta concepción hace referencia a la privacidad a nivel virtual, en donde los usuarios establecen fronteras privadas dentro del territorio Facebook para mantener en resguardo su información personal, información que se fracciona cuando el estilo y funcionamiento cambian y, por último, un pequeño porcentaje de encuestados (15, 50%) no poseen una cuenta de usuario Facebook, o, se consideran opositores de aquella red virtual por sus repetidas fallas en sus filtros de seguridad que posibilitan la visibilidad del espacio privado.

Gráfico 7  
Privacidad Facebook: Noción de Privacidad



**Autor:** Jairo Arciniega

En la plataforma virtual de Facebook los usuarios se ven envueltos en un juego que le impone el sistema virtual para estructurarlos tecnológicamente y seducirlos a una mayor participación, ya que “la participación en la Web 2.0 o Web social supone el avance de la sociedad civil y una forma de apropiarse la ciudadanía de los elementos culturales que circulan por la red, que se convierten en los auténticos protagonistas de la construcción de la realidad social” (Bañuelos, 2009).

Los criterios de los y las encuestadas/os son claros y precisos, dan a conocer que la noción de la privacidad es una metáfora que se convierte en el ámbito de lo público, entonces, en Facebook no se puede hablar de una esfera privada, sino de la

invisibilización de los datos personales del usuario por lo público que terminan en fronteras de terceros actores desconocidos de lo social y lo tecnológico.

### **Actos controlados fuera de la red**

La red social Facebook es una plataforma virtual de largo alcance, ampliándose constantemente, no solo en sus intersticios, sino también fuera de su territorio, por lo que Facebook se convierte en un “GPS” para vigilar y rastrear a toda su población fuera de su estructura tecnológica, es decir, todos los movimientos efectuados por los usuarios en territorios virtuales desconocidos son archivados por Facebook para recopilar más información personal que le sirva para futuros convenios comerciales y publicitarios que seduzcan a su población y así incrementar más capital en la bolsa de valores de Nueva York, pero ¿cómo rastrea Facebook nuestra información fuera de su red social?

Usa cookies de navegador para seguir a cualquier internauta (sea o no miembro), aunque en ese caso la información (patrones de navegación, dirección IP, sistema operativo, versión del navegador...) va ligada a un identificador único (código alfanumérico) en lugar de a un nombre y un apellido”. Esta acción lo hace a través de una patente que posee para rastrear a sus actores y no actores (así esté cerrado su cuenta) (Tuexperto.com, 2011).

Cuando Facebook rastrea a sus usuarios les está advirtiendo (sin previo conocimiento) que toda sus acciones están controladas desde el momento en que se registraron, por lo que esta estructura tecnológica se convierte en un “Estado ley” (Lessig, 1999) que vigila a sus ciudadanos para normarlos, regularlos y beneficiarse de sus intereses. De esta manera, la interacción e interrelación y participación social fuera de esta plataforma es parte del código de Facebook, de su estilo y funcionamiento que posibilitan la expansión de la privacidad como ámbito público dentro del ciberespacio.

En esta línea de análisis, en el gráfico 8 se establece la pregunta 12: ¿Sabe que Facebook rastrea todo lo que hace en Internet? La mayoría de las y los encuestados/as (44%) tienen conocimiento que Facebook es dueño de todos los datos personales de los usuarios y de sus movimientos fuera de su plataforma virtual, por lo que pone en riesgo el ámbito privado. En esta concepción la comunidad virtual tiene autorización político – judicial para controlar a sus usuarios solo en sus intersticios, no fuera de éstos, entonces, ¿qué se entiende por privacidad? Sin embargo, un preocupante número de

estudiantes (40,50%) afirman que desconocen los alcances y las intenciones de Facebook por capturar los movimientos personales de sus usuarios fuera de su territorio virtual. En esta percepción los estudiantes se visibilizan como aquellos usuarios que muestran desinterés en la política de privacidad que les ofrece Facebook, y también están destinados a ser objeto personal de lo público. Es de conocimiento que un reducido porcentaje de encuestados/as (15, 50%) no poseen una cuenta de usuario Facebook, o, se consideran opositores de aquella red virtual por sus repetidas fallas en sus filtros de seguridad que posibilitan la visibilidad de los datos personales.

Gráfico 8

Privacidad Facebook: Acciones controladas fuera de la red



**Autor:** Jairo Arciniega

En este análisis también se percibe que las arenas de internet (My Space, Hi5, Yahoo, Skype, etc.), dejaron de ser atractivas, quedando en el olvido e invisibilizadas por Facebook, una jurisdicción que posee en este 2012 a más de mil millones de usuarios interculturales que se desarrollan en diferentes entornos de interacción e interrelación sociales, mostrando a cada instante el derecho de ser más públicos que privados.

### **Imagen audiovisual**

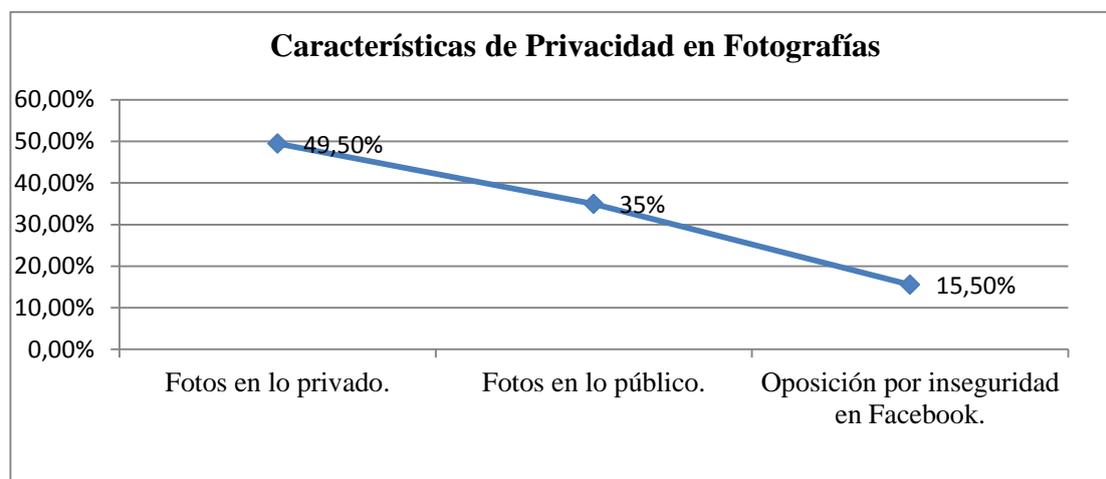
En las redes sociales de la esfera real los actores involucrados socializaban a sus amigos sus objetos personales (fotografía o videos) para establecer una conversación amena,

respetuosa y privada. En contraste, en las redes virtuales como Facebook los usuarios visibilizan en su estructura tecnológica fotografías personales dentro de su grupo familiar e identitario para crear mayor participación mediante comentarios o un “Me gusta”, pero si aquella fotografía no se le agregó una característica de privacidad, ésta queda disponible para toda la visión de lo público que puede fragmentar el producto audiovisual mediante fotomontajes y discursos mal intencionados que fraccionan la imagen del sujeto social y cultural. Entonces, cuando se habla de Facebook se está hablando de una cultura sin privacidad, en términos de Clifford Geertz, “de significados en función de la cual los seres humanos interpretan su existencia y experiencia, así mismo como conducen sus acciones” (Herrero, 2002) que avizoran la existencia de lo lejano en lo privado del perfil.

En esta línea de análisis, en el gráfico 9 de la pregunta 13: Al publicar fotos ¿les agrega alguna característica de privacidad, como sólo compartir con familia o amigos? Una gran mayoría de estudiantes (49,50%) coinciden que la privacidad es indispensable para resguardar los datos personales, más aún cuando se publica fotografías, las cuales van con su debida privacidad y dirigida a solo amigos, familiares, compañeros de universidad y trabajo. En esta concepción se prevé a un usuario convencido de las falencias que existe en los filtros de seguridad y privacidad de Facebook y en la existencia de actores desconocidos que pueden trasgredir la frontera privada y corporal audiovisual. Sin embargo, un moderado grupo de usuarios (35%) desconocen de la política de privacidad de Facebook, evidenciando en las acciones de sus publicaciones la vulnerabilidad en sus fotografías por parte de extraños. Esta percepción hace referencia a sujetos sociales que solo poseen una cuenta de Facebook por presión social para estar a la moda, así no tengan noción de lo que significa la privacidad dentro de la red virtual y, en última instancia, una minoría de encuestados/as (15,50%) no poseen una cuenta de usuario Facebook, o, se consideran opositores de aquella plataforma por sus repetidas fallas en sus filtros de seguridad que posibilitan la visibilidad de los datos personales.

Gráfico 9

Privacidad Facebook: Imagen audiovisual



**Autor:** Jairo Arciniega

Al hacer pública la fotografía personal se puede caer en subjetividades que afecten a la corporalidad audiovisual del sujeto, que recae en concepciones como el bullying, el racismo y la homofobia, por eso es indispensable cuidar la reputación y seguridad en esta red virtual para conservar el ámbito privado y la propiedad intelectual. En este aspecto, en la política de privacidad de Facebook se hace referencia a la propiedad intelectual (fotos, videos, datos, frases personales, etc.) que no pueden ser usados sin autorización de su creador (usuarios), pero debido a las fallas en sus filtros de seguridad esos productos son copiables y pueden ser usados de cualquier modo por terceros actores desconocidos de lo social y tecnológico, dando como resultado la obtención de un objeto audiovisual de nuestra propiedad privada en manos de lo público.

### **Información Privada Transferible**

A lo largo de su vida Facebook ha realizado muchos cambios en su funcionamiento mediante la *configuración de su privacidad*, exponiendo los datos íntimos a la vista de toda la esfera pública, por lo que los usuarios se ven envueltos en una encrucijada tecnológica que los estructura para exponer aún más sus datos privados. Cuando el funcionamiento es otro la configuración de privacidad es distinta y difícil de entenderla y controlarla, ya que la mayoría de los usuarios piensan que a mayor cambio mayor

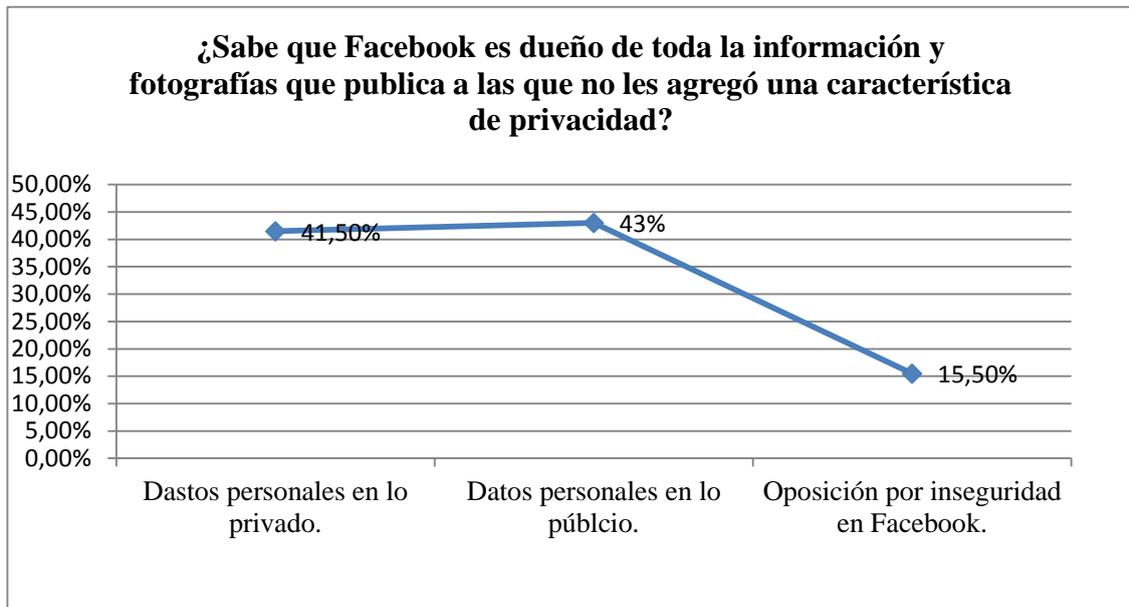
seguridad, discurso errado, porque a mayores modificaciones mayores son los riesgos de caer en los intersticios de lo público que deviene una gran diversidad de malestares sociales.

Así como las fotografías requieren mayor seguridad mediante una opción de privacidad, la información personal también necesita ese mismo procedimiento para conservarla en los intersticios del espacio privado, si no se la protege quedará al servicio mercantil de empresas comerciales y publicitarias, o, de cualquier usuario desconocido. Los datos íntimos son el mejor capital financiero que le está pasando al ciberespacio, especialmente a Facebook, quien es el dueño absoluto de toda la información personal y participación activa dentro de su estructura tecnológica para ofertarlos a terceros y “también puede recopilar información sobre los usuarios desde otras fuentes: periódicos, blogs, servicio de mensajería instantánea para retroalimentar el perfil del usuario” (Albornoz, 2008: 12). Entonces, ¿para qué crear opciones de privacidad a nuestros datos?

En esta línea de análisis, en el gráfico 10 de la pregunta 14: ¿Sabe que Facebook es dueño de toda la información y fotografías que publica a las que no les agregó una característica de privacidad? Un importante número de estudiantes (41,50%) conoce que toda la información de sus actividades cualitativas en texto, imágenes y fotografías audiovisuales deja de ser privadas, si no se le añadió una característica de privacidad. En contraste, un grupo mayor de encuestados/as (43%) desconocen el funcionamiento de Facebook respecto de hacer suya la información personal, si no se le agregó una característica de privacidad. Este porcentaje es importante para develar que la privacidad de los datos personales está en riesgo por desinterés del propio usuario acerca de la política privada de su red social. Es de conocimiento que una minoría de estudiantes (15,50%) no poseen una cuenta de usuario Facebook, o, se consideran opositores de aquella red virtual por sus repetidas fallas en sus filtros de seguridad que posibilitan la visibilidad de la información íntima.

Gráfico 10

Privacidad Facebook: Información Privada Transferible



**Autor:** Jairo Arciniega

### Aplicación Tecnológica

Facebook es una compañía que pertenece al hipermercado para desarrollarse comercial y publicitariamente junto a otras empresas identitarias. Esta relación es la que fragmenta la privacidad de los usuarios en su plataforma virtual porque Facebook genera ingresos gracias a la oferta de sus productos personales, sin consentimiento de sus usuarios. Sin embargo, los usuarios desconocen con profundidad el funcionamiento de Facebook, no perciben que su esfera privada siempre será disponible para cualquiera y no se imaginan que algún dato de su perfil personal pueda estar en una campaña publicitaria de abolengo comercial que fracciona la identidad del sujeto social y cultural. Un claro ejemplo de la no confiabilidad de las aplicaciones es cuando:

Bogomil Shopov, compró por 5 dólares los datos de un millón de usuarios de Facebook. La compra fue realizada en un sitio llamado Gigbucks y el producto fue enviado en un archivo de Excel. Apparently, se trata de información captada por desarrolladores de aplicaciones (El Rincón de lo Humano, s.f.).

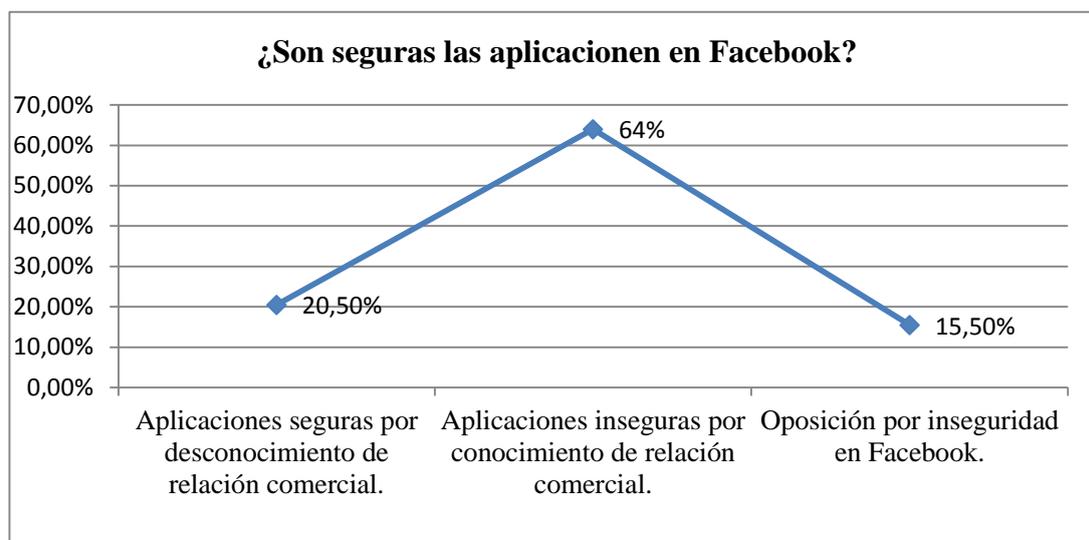
La publicidad en Facebook es permanente y cuestionable porque en sus intersticios crean productos comerciales y de entretenimiento como las aplicaciones que se

convierten en actores tecnológicos que estructuran a lo social, visibilizándose en el perfil privado del usuario sin su autorización para luego seducirlo con su funcionamiento del ocio. Es evidente que las aplicaciones de Facebook trasgreden el ámbito íntimo, teniendo acceso directo a los datos personales para hacerlos públicos en otros territorios del hipermercado.

En esta enunciación, en el gráfico 11 de la pregunta 15: ¿Considera que las aplicaciones de Facebook son seguras para mantener protegida nuestra información privada? Una minoría de las y los encuestados/as (20,50%) coincide que las aplicaciones son seguras porque, por un lado, antes de ingresar le pide al usuario aceptar los términos de privacidad (es decisión propia participar o no) y, por el otro lado, manifiestan que no ha ocurrido ningún inconveniente que fraccione su vida privada. En esta percepción los actores sociales desconocen la relación intangible que tiene Facebook y sus pares comerciales mediante la creación de aplicaciones. Sin embargo, un considerable porcentaje de estudiantes (64%) afirman que las aplicaciones de Facebook son inseguras, posibilitando la injerencia indebida para sustraer sus datos personales porque, en primera instancia, expresan que las aplicaciones son peligrosas para fracturar y vender nuestra información íntima que le ofrece Facebook, caso contrario, no cotizarían en la bolsa de valores de New York y, en segunda instancia, las aplicaciones conllevan desconfianza e inseguridad (no presentan credenciales y certificados de autenticación del desarrollador) porque son otros mundos, otras reglas. Facebook emite un mensaje de alerta que lo libera de responsabilidad. En esta concepción se prevé a usuarios comprometidos con la noción de privacidad en el ámbito virtual y también se evidencia un alto conocimiento del funcionamiento que devela Facebook. Es de conocimiento que una minoría de los y las encuestadas/os (15,50%) no poseen una cuenta de usuario Facebook, o, se consideran opositores de aquella red virtual por sus repetidas fallas en sus filtros de seguridad que posibilitan la visibilidad de los datos personales.

Gráfico 10

Privacidad Facebook: Aplicación Tecnológica



**Autor:** Jairo Arciniega

La plataforma Facebook y sus empresas afiliadas son estructuras tecnológicas que buscan constantemente establecer, en términos de Foucault, “relaciones de fuerza y poder” para aumentar sus capitales financieros mediante la venta de lo privado de sus usuarios al ámbito público del hipermercado. En este proceso, Facebook estereotipa la cuenta privada del perfil del usuario para convertirlo en una mercancía, en un producto publicitario que se vende ya que sus pares comerciales “consideran que Facebook no es una página web, sino que se trata de un perfil público de la información que queremos ofrecer sobre un producto u organización, de las que otros usuarios pueden hacerse fans y mantenerse al día de su actividad” (Desarrollo y Diseño Web, 2010).

### ¿Actores o Artefacto?

En la esfera real y virtual los sujetos sociales y los artefactos tecnológicos se encuentran interrelacionados dentro de una arena social, política, jurídica, económica, cultural y geográfica para generar mayor evolución y productividad. Sin embargo, a lo largo de la historia, los científicos han creado artefactos tecnológicos de gran alcance y difícil control, surgiendo controversias y descontextualización del ámbito privado de los seres humanos porque, en un principio, éstos tenían miedo al uso de la máquina, no existía

cognición desde el sujeto al objeto, se concebía al objeto como una amenaza a la cultura del espacio privado, pero en un abrir y cerrar de ojos, el artefacto (la máquina de vapor, la imprenta, el ferrocarril, la bicicleta, la motocicleta, el avión, la calculadora) ya era parte de la cultura e historia de los pueblos para brindarles mayor desarrollo y productividad, ocasionando que los ciudadanos se adapten a la nueva era de lo socio – técnico. En este nuevo mundo apareció lo que se creía la revolución tecnológica, el internet, el cual facilitó el encuentro de la cultura lejana con la cercana para tener mayor interconexión, pero de pronto el internet (Yahoo, Messenger, Hotmail) se ubicó en el centro de la rutina social, hasta que apareció lo que hoy es la “locura” social y tecnológica, las redes sociales.

Las redes sociales aparecieron con sus fértiles e inexplorables territorios que fascinaron a toda la población del ciberespacio. Efectivamente, los usuarios se inscribieron en Hi5, My Space, Badoo para encontrar a amigos perdidos en el tiempo del espacio real, pero la monotonía llegó a su apogeo, parecía que la red social se fragmentaba, hasta que apareció el libro de los rostros, Facebook, una plataforma virtual que impresionó a mil millones de personas que no paran con la interconexión e interrelación social y que gracias a su permanente participación y exigencias ponen en controversia y evidencia el sistema de Facebook.

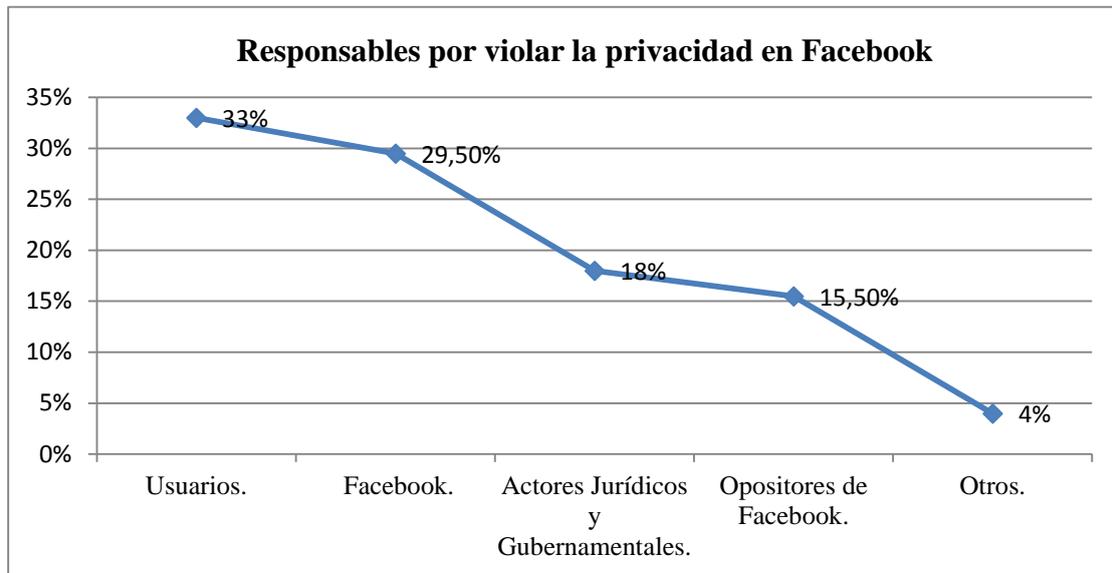
Solo en Facebook se puede hablar de verdaderos usuarios sociales y activos que están controlados y regulados por el código de funcionamiento tecnológico que recae en la vulnerabilidad de sus filtros de seguridad y configuración de la privacidad, ya que cada cambio en su configuración provoca la fragmentación de la esfera privada del usuario, se rompe la cultura íntima para proyectarla por todo el territorio del ámbito público de Facebook y del ciberespacio.

En esta línea de análisis, en el gráfico 11 de la pregunta 16: Según su criterio: Si no se siente seguro en Facebook, ¿Quién es responsable de las infracciones contra la privacidad en Facebook? Según los y las encuestadas/os (33%) los máximos responsables de la infracción a la vida privada son los usuarios porque son los que constantemente utilizan esta estructura tecnológica, los que evidencian su información privada hacía el público, sin restricciones (características de privacidad), siendo los únicos responsables en no analizar minuciosamente el texto contractual de su política privada. En esta percepción los usuarios se auto – responsabilizan de los cambios

frecuentes que realiza Facebook en la configuración de su privacidad, porque a mayor actividad y participación mayor será la exposición de los datos personales. Después está instalado el propio Facebook (29,50%) que se convierte en la “frontera amiga” de terceros actores desconocidos (gobiernos, usuarios y aplicaciones) para incurrir en la invisibilización de lo privado por lo público, debido a que sus filtros de seguridad son vulnerables que posibilitan la oferta y la demanda de la información personal a sus pares comerciales y publicitarios. En esta concepción los usuarios creen que Facebook cambia su estilo y funcionamiento en la configuración de la privacidad para generar mayores controversias entre lo privado del usuario y lo público de aquella plataforma virtual, en otros términos, admiten que Facebook es su amigo privado que se convierte en su enemigo público. Por último, una minoría importante (18%) afirman que no existen leyes contundentes que protejan a los usuarios de ciertas amenazas a su entorno privado (reconocen que si existen leyes que regulan a las comunidades virtuales como Facebook, pero son débiles y muy vulnerables en su contenido, discurso y funcionamiento) porque no protegen a los datos íntimos de los usuarios, por lo que se debería crear una entidad en cada gobierno que regule mediante una ley los delitos informáticos. En esta posición, se debe regular, controlar y sancionar a las redes sociales como Facebook para que no hagan del ámbito íntimo del usuario un espacio propio para la venta pública. Aquí se percibe la falta de seriedad y compromiso de la Comisión Federal de Comercio (CFC) de los Estados Unidos y varios organismos informáticos de gobierno en no tomar en serio la noción de privacidad en lo virtual, evidenciando una relación palpable entre los actores gubernamentales y jurídicos con Facebook. Sin embargo, un pequeño grupo de los y las encuestadas/os (15,50%) no poseen una cuenta de usuario Facebook, o, se consideran opositores de aquella red virtual por sus repetidas fallas en sus filtros de seguridad que posibilitan la visibilidad del espacio privado.

Gráfico 11

Privacidad Facebook: ¿Actores o Artefacto?



**Autor:** Jairo Arciniega

La privacidad en Facebook estará en permanente construcción social y tecnológica en la que los actores sociales, jurídicos, gubernamentales y su plataforma virtual no conocerán la definitiva estabilización y clausura de esta controversia, aunque es evidente que seguirá existiendo una relación intangible entre el humano y su artefacto, ¿será el actor o el artefacto el responsable?

Según Ari Melber, miembro de la campaña presidencial 2004 de John Kerry – Lo que muchos usuarios no saben es que al hacer clic en el cuadro 'acepto' del contrato, los usuarios le otorgan a Facebook la propiedad exclusiva y perpetua de toda la información e imágenes que publican, para luego rastrearlos dentro o fuera de la comunidad virtual (Taringa, s.f.).

## CONCLUSIONES

La construcción controversial de la *Privacidad en Facebook* se desarrolló desde un análisis constructivista basado en ámbitos sociales, políticos (gubernamental), jurídicos, económicos, culturales, comunicacionales, tecnológicos, y académicos. La recopilación de estos datos (cualitativos y cuantitativos) otorgó un excelente enfoque social y tecnológico de Facebook y su discutido código de seguridad y privacidad que favorece la intromisión de terceros actores desconocidos al ámbito privado de los usuarios.

La contraposición al mundo real es el mundo virtual de Facebook, una comunidad tecnológica ubicada en el ciberespacio que promueve un tipo de funcionamiento basado en la convivencia e interrelación social entre sujetos interculturales, muy diferente a la de esta esfera terrenal, Facebook sigue convirtiéndose en un entorno de entretenimiento y comunicación, sin embargo, éste presenta síntomas y malestares sociales que afectan a los datos personales de sus usuarios, evidenciando el espacio de lo como baluarte y arena intangible de lo público.

Para el apogeo de esta interesante investigación se describió una lista de conclusiones o puntuaciones finales acerca de la discutida y polémica política de privacidad de Facebook, en la que la estructura tecnológica de esta plataforma virtual presenta permanentes cambios en su estilo y funcionamiento:

- La Construcción Social de la Tecnología, CST, fue un aporte necesario para determinar que Facebook es una estructura tecnológica que se encuentra social y culturalmente construida, que involucra a millones de usuarios interculturales en un mundo de permanente interacción e interrelación social, evidenciando ciertas dicotomías entre el artefacto y su actor social, como por ejemplo: la construcción controversial de la Privacidad en Facebook.
- La Construcción Social de la Tecnología, CST, nos hizo comprender que la privacidad en Facebook es un artefacto socio – técnico que está construido por procesos sociales que se vinculan a su funcionamiento tecnológico para crear

varios modelos o controles de seguridad que garanticen la protección de la propiedad intelectual que reposa en el espacio privado de los usuarios.

- El diseño de la privacidad de Facebook se centra en el objetivo de cómo publicitar aún más los datos personales de los usuarios en los intersticios del hipermercado, es decir, cuando la red social anuncia un cambio más en la configuración de la privacidad, es porque no solo los usuarios se volvieron más exigentes, sino también que aparecieron más empresas publicitarias para ofertar sus productos tecnológicos a grandes sumas de dinero.
- Se identificó que la red social Facebook utiliza la noción de privacidad en base a percepciones tecnológicas, más no a enfoques sociales. entonces, se prevé una concepción técnica de los derechos a la privacidad.
- Se concluyó que los filtros de seguridad y privacidad que posibilita Facebook en la cuenta o perfil de sus usuarios, están diseñados bajo una lógica de protección publicitaria de los datos, más no de una lógica jurídica que ampare lo social.
- Al ser Facebook una plataforma virtual, la noción de privacidad se convierte en una metáfora del ámbito público que está supeditada bajo un código político y económico que controla y vigila las dinámicas de los usuarios.
- El texto de la política de privacidad de Facebook tiene que ser de carácter cognoscitivo mediante el empleo de un lenguaje social y comprensivo, fácil de leerlo y asimilarlo, sin metáforas, para que exista, a la hora de la participación activa, una verdadera retroalimentación en los usuarios para proteger los datos de su espacio íntimo.
- El discurso de Facebook recae en un juego de palabras acerca de las nociones de privacidad y seguridad: Cuando Facebook anuncia que va a brindar mayor privacidad a los usuarios, mayor será su inseguridad en los filtros y cuando Facebook devela que va a brindar mayor seguridad en su plataforma, mayor será la vulnerabilidad de la privacidad. Entonces, se prevé la construcción de una estructura tecnológica frágil, fácil de atrofiarla y vulnerarla.

- Se determinó que el sistema tecnológico de Facebook es inestable y peligroso para la convivencia social, ya que no se ha encontrado filtros de seguridad y privacidad sofisticados para detectar y eliminar comentarios y discursos intolerantes como el bullying, la discriminación, la homofobia, entre otros.
- Facebook se construye en una comunidad estereotipada que contribuye a la personalización de identidades ajenas y plagio de la propiedad intelectual como las fotografías, imágenes y discursos. Estas acciones no solo posibilitan el uso de la información ilegalmente obtenida, sino la fragmentación de nuestra identidad social y cultural.
- El sistema tecnológico de Facebook debe ser reestructurado para detectar y cancelar las cuentas de perfiles de niños menores de 13 años de edad, para alejarlos del peligro (pedófilos con otra suplantación de identidad) que implica ser un usuario en línea. En este aspecto, a nivel nacional, debería haber en las instituciones primarias - conferencias, foros o talleres acerca de los usos y peligros que corren los infantes en las redes sociales.
- Los usuarios transformaron las nociones de privacidad para transportarlas al escenario público de la estructura tecnológica de Facebook a través de sus dinámicas y participación activa.
- En Facebook se determinó que la privacidad es una noción subjetiva que corresponde al usuario, por lo que existen dos tipos de usuarios: Por un lado, están los usuarios activos que prefieren un servicio mucho más sofisticado (liberal) en la interacción e interrelación social a cambio de visibilizar la mayor parte de sus datos personales, sin importarles los riesgos futuros y, por el otro lado, hay otros usuarios que exigen una protección máxima de sus datos íntimos a cambio de un servicio moderado (rutinario) en cada una de las acciones dentro de la plataforma.
- Los usuarios deberían personalizar aún más sus configuraciones de privacidad y seguridad mediante una lectura consciente de la política privada de Facebook

para demostrar que la noción de la privacidad en línea es tan o más importante que de la vida real.

- Se detectó que todas las acciones que realiza el usuario en Facebook quedan registradas en su biblioteca denominada cookies, por ejemplo, si dentro de esas acciones se evidencia discursos en contra de alguna estructura política, figura pública oficialista, o, del propio Facebook puede repercutir en el ámbito real con la invisibilización y discriminación profesional y laboral.
- Las instituciones de control de los Estados deben exigir a Facebook a que cree una política rigurosa de prohibición de las aplicaciones para que la información personal no sea objeto de comercialización y publicidad.
- En la plataforma de Facebook, vivimos en una sociedad que va construyendo sus acciones, sus discursos y sus paralelismos identitarios que terminan en la exposición de los datos de la vida privada, es decir, vivimos en una sociedad del espectáculo dentro de una estructura tecnológica que permite mayor construcción de la visibilidad que el ausentismo.
- Las redes sociales como Facebook deben orientar a los usuarios, por medio de su política privada, a una participación más humana y responsable que legitime su seguridad, así como deben orientar al usuario, el derecho a retirar su identidad digital y propiedad intelectual de manera indefinida, sin poseer algún dato dentro de su estructura tecnológica, tan solo aceptar las condiciones de la eliminación de la cuenta (así como se aceptó las condiciones al momento de registrarnos) y hacer como si nunca hemos existido. De esta manera, se pondría en práctica el “derecho al olvido en la red” propuesto por la Comisión Europea.
- Los Estados de toda la esfera global deberían crear entidades de control y regulación (al margen de relaciones políticas y económicas) que favorezcan una verdadera protección de la vida privada del sujeto social en línea. Organismos mucho más comprometidos con la defensa de las libertades, la privacidad y los derechos humanos, exigiendo a las redes sociales, el retiro indefinido de

“gusanos” (Lessig, 2009) tecnológicos como las cookies y los buscadores de internet.

- ¿Cómo pensar en una plataforma pública, sabiendo que Facebook deviene como una empresa privada? ¿Se está volviendo a esa tradición clásica en que lo privado determina a lo público?

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Literatura Académica

Barnes, B, (1982a). “*The Science – Technology Relationship: A model and a query*”. *Social Studies of Science*, 12, (1), pp. 55 – 81.

Barnes, B, (1982b). *TS – Kuhn and Social Sciences*. Londres: Macmillan.

Bijker, W. E, (1995). *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs*. Cambridge y Londres: The MIT Press.

Bijker, W. E, T. P, Hughes y T. J. Pich (eds), (1987). *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History on Technology*. Cambridge y Londres: MIT Press.

Bloor, D, (1971). *Conocimiento e Integración Social*. Barcelona: Gedisa.

Ballester Cardell, María (1998) “*La intimidad como fundamento de la inviolabilidad de domicilio*” *Assaigs Jurídics*, 5 Universitat de les Illes Balears, España.

Clarke, R, (1988). “*Information Technology and Dataveillance, en Communications of the ACM*, vol. 31, núm. 5, pp. 448 – 512.

Collins, M, (1981). “*Stages in the Empirical Programme of Relativism*”, *Social Studies of Science*, 11, (1), pp. 3 – 10.

Dworkin, G, (1988). *The theory and practice of autonomy*. Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press.

Hughes, T. P, (1969). “*Technological momentum in history: Hydrogenation in Germany 1898 – 1933, Past Et Present*, 44, (1), pp. 106 – 132.

- Hughes, T. P, (1971). *Elmer Sperry, Baltimore, John Hopkins*. University Press.
- Hughes, T. P, (1976). “*The Science – Technology interaction; The case oh high – voltage power transmission systems*”. *Technology and Culture*, 17, (4), pp. 647 – 659.
- Hughes, T. P, (1979). “*Energizing themes in the history of technology*”. *Technology and Culture*, 20, (4), pp. 697 – 711.
- Hughes, T. P, (1983). *Networks of Power: Electrification in Western Society, 1880 – 1930*. Baltimore y Londres: Johns Hopkins University Press.
- Hughes, T. P, (1986). “*The Seamless Web: Technology, Science, etcetera, etcetera*”. *Social Studies of Science*, vol. 16, (2), pp. 281 – 292.
- INTECO, (2012). *Guía para usuarios: Identidad digital y reputación online*. Barcelona.
- Layton, E, (1978). “*Mill wrights and engineers*”, en Korhn, W, E. Layton y P. Weingart (eds), *The Dynamics of Science and Technology – Sociology of the Science Yearbook*, vol. 2, Dordrecht, Reidel, pp. 61 – 67.
- Layton, E, (1977). “*Conditions of Technological Developent*”, en Spiegel – Rússing, L y D. de Solla Price (eds). *Science, Techonology and Society: A Cross – Disciplinary Perspective*. Londres y Berverly Hills: Sage, pp. 197 – 222.
- Lessig, L, (1999). *Code and other laws of Cyberspace*. New York: Basic Books.
- Nissenbaum, H, (2011). *Privacidad Amenazada: Tecnología política y la integridad de la vida social*. México: Océano S.A.
- Novoa, E, (1989). *Derecho a la vida privada y libertad de información: un conflicto de derechos*. México D.F: Siglo XXI.

Perry, L.S, (2012). *“An Analysis of Facebook Intensity and Privacy Management Practices of Públic School Educations in the United States*. Mercer University: Atlanta, GA.

Pickering, A, (ed), (1982). *Science as Practice and Culture*, Chicago y Londres, University of Chicago Press.

Pinch, T, J, (1986). *Confronting Nature: The Sociology of Solar Neutrino Detection*, Doordrecht, Reidel.

Pinch, T, J, (1977). *“What does a proof do if it does not prove? A study of the social conditions and methaphysical division leading to David Bhorn and John van Neumann falling to communicate in quantum physics”*, en Mendelshon, E, P. Wiengart y R. Whitley (eds), *The Social Production od Scientific Knowledge*, Doordrecht, Reidel, pp. 171 – 215.

Pinch, T, J, (1996). *“The Social Construction of Technology “*. A Review en Fox, R. (ed), *Technological Change: Methods and Themes in the History of Technology*. Ansterdam, Harvwood, pp. 17 – 36.

Pinch, T y Bijker, W, (1984). *“The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other”*, *Social Studies of Science* 14: 399 – 441. Reimpreso en W. Bijker, Th. Hughes, y T. Pinch. (1987). *The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology*. Cambridge, MA: MIT Press.

Pinch, T y Bijker, W, (1984). *“The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other”*, *Social Studies of Science*, 14, (3), pp. 339 – 441.

Pinch, T y Bijker, W. E, (1987). *“The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other”*, en Bijker, W. E, T. P Hughes y T. J. Pinch (eds), *The Social Construction os*

*Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*, Cambridge y Londres: MIT Press, pp. 17 – 50.

Pinch, T.J, (1997). “*La construcción social de la tecnología una revisión*”, en Santos, M. J , y R. Díaz Cruz (comps), *Innovación Tecnológica y procesos culturales. Nuevas perspectivas teóricas*, México: Fondo de Cultura Económica, pp. 20 – 38.

Posso, M, (2006). “*Metodología para el trabajo de grado*”: *Tesis y Proyectos*. Ibarra, Ecuador: NINA COMUNICACIONES.

Requena, F, (1994). *Amigos y redes sociales*. España: Siglo XXI S.A.

Requena, F. (2008). *Redes sociales y sociedad civil*. Madrid: CIS.

Requena, F, (s.f.). *El concepto de red social*", *Revista española de investigaciones sociológicas*, 1989, (48) 137-152, 26 Ref.

Revista CS, (2010). *Algunas orientaciones sobre la construcción de los estudios en ciencia, tecnología y sociedad*. Cali, Colombia: Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Icesi, núm. 6.

Stefik, M, (1996). «*Epilogue: Choices and Dreams*», en *Internet Dreams: Archetypes, Myths, and Metaphors*. Cambridge: MIT Press, p. 390.

Stefik, M, (1999). *The Internet Edge: Social, Technical, and Legal Challenges for a Networked World*. Cambridge: MIT Press, p. 14.

Thomas, H, y Buch, A, (2008), *Actos, actores y artefactos: Sociología de la Tecnología*, Universidad Nacional de Quilmes: Bernal

Van de Haven, J, (2001). “*Privacy and the varieties of informational Wrongdoing*”, en R. A. Spinello y H.T. Tavani, (eds). *Readings in CyberEthics* , Jones and Bartlett Publishers, Sudbury, pp. 488 – 500.

Westin, A, (1967). *Privacy and Freedom*. New York: Atheneum.

Zhao, Z, (2010). "A privacy Preservation model for Facebook - Style Social Network System of the University of Regina.

### **Páginas Web**

Albornoz, M, (2008). *Privacidad, Internet social y Políticas Públicas en América Latina y el Caribe*. Recuperado el 5 de Octubre de 2013, de [http://www.flacsoandes.org/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub\\_206.pdf](http://www.flacsoandes.org/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_206.pdf)

ALTIO40, (2010). *La evolución de la privacidad en Facebook*. Recuperado el 15 de Febrero de 2013), de <http://alt1040.com/2010/05/la-evolucion-de-la-privacidad-en-facebook>

Anonymous, (2012). *Facebook Settles FTC Charges Regarding Its Privacy Practices*. Recuperado el 10 de Marzo de 2013, de <http://search.proquest.com/docview/918827882/fulltext/1369CBE8728500FA9CD/14?accountid=38595#center>

Arendt, H, (2009). *La condición humana*. Buenos Aires, Barcelona, México: Paidós. Recuperado el 05 de Febrero de 2013, de <https://www.dropbox.com/s/ldgo3onf8keeu0/Arendt%20-%20La-Condicion-Humana.pdf>

Audea, (2009). *Facebook cambia sus normas de privacidad*. Recuperado el 23 de Febrero de 2013, de <http://www.audea.com/facebook-cambia-sus-normas-de-privacidad/>

Bañuelos Capistrán, J, (2009). *Integración digital e intercambio cultural. Propuestas y alternativas sociales*, <http://www.icono14.net/index.php/es/eventos/i-ci-sociedad-digital>, 14-2-2011, citado en Comunicación y Sociedad (2012). *Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web 2.0*. Universidad de

Navarra: Facultad de Comunicación. Recuperado el 6 de Octubre de 2013, de [http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art\\_id=404#\\_ftn2](http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=404#_ftn2)

Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas*. México: Editorial Grijalbo-Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA, citado en Atenea (Concepc), (2012). *Tramas y laberintos: Sociología e identidad cultural latinoamericana*. Concepción. No. 506. Recuperado el 06 de Octubre de [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071804622012000200002&script=sci\\_arttext#n1](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071804622012000200002&script=sci_arttext#n1)

Canclini, N, (200). *La globalización imaginada*. Ciudad de México, México: Editorial Paidós, citado en Atenea (Concepc), (2012). *Tramas y laberintos: Sociología e identidad cultural latinoamericana*. Concepción. No. 506. Recuperado el 06 de Octubre 2103, de [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071804622012000200002&script=sci\\_arttext#n1](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071804622012000200002&script=sci_arttext#n1)

Casadebunkers.com, (2013). *Vigilancia digital, la razón principal del éxodo de millones de usuarios de Facebook*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2013, de <http://cazadebunkers.wordpress.com/2013/10/06/la-cia-te-vigila-a-traves-defacebook/>

Casals, L, (2010). *Facebook simplifica la configuración de privacidad*. Recuperado el 02 de Marzo de 2013, de <http://www.cuentamelared.com/facebook-simplifica-configuracion-privacidad/>

Castro, L, (s.f.). *Qué es Instagram*. Recuperado el 11 de Marzo de 2013, de <http://aprenderinternet.about.com/od/Multimedia/g/Que-Es-Instagram.htm>

Ciudad de las Ideas, (2012). *Poder Cívico y Puebla: La Ciudad de las Ideas: una celebración de la creatividad*. Recuperado el 17 de Junio de 2013, de <http://www.ciudaddelasideas.com/somos>

Cross Atlantic Capital Partners, (s.f.). *Funding opportunities and delivering performance*. Recuperado el 15 de Febrero de 2013, de <http://www.xacp.com/>

Diseño y Desarrollo Web, (2010). *Empresas en Facebook: ventajas y desventajas*. Recuperado el 6 de Octubre de 2013, de <http://desarrolloydisenoweb.grupocreartel.com.ar/2010/05/empresas-en-facebook-ventajas-y-desventajas/>

Darwell, B, (2012). *Facebook tests Timeline layout with single column of posts*. Recuperado el 11 de Marzo de 2013, de <http://www.insidefacebook.com/2012/10/31/facebook-tests-timeline-layout-with-single-column-of-posts/>

De Rivera, J, (2013). *Entrevista sobre Privacidad en Internet*. Recuperado el 06 de Octubre de 2013, de <http://sociologiayredessociales.com/>

Diario Oficial de la Comunidad Europea, (2000). *Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea*. Recuperado el 4 de Octubre de 2013, de [http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text\\_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_es.pdf)

Duarte Roa, É, (2012, Enero 25). *Timeline llegará pronto a todos los perfiles de Facebook*. Recuperado el 09 de Marzo de 2013, de <http://www.enter.co/vida-digital/timeline-llegara-pronto-a-todos-los-perfiles-de-facebook/>

Duarte Roa, É, (2012, Marzo 23). *Facebook cambia sus políticas de privacidad para ser más transparente*. Recuperado el 10 de Marzo de 2013, de <http://www.enter.co/vida-digital/facebook-cambia-sus-politicas-de-privacidad-para-ser-mas-transparente/>

Ecuadorinmediato.com, (2012), *Sobrepasa Ecuador cuatro millones de usuarios de Facebook*: Recuperado el 27 de Enero de 2013, de [http://www.ecuatorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=164802&umt=sobrepasa+ecuador+cuatro+millones+usuarios+facebook](http://www.ecuatorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=164802&umt=sobrepasa+ecuador+cuatro+millones+usuarios+facebook)

El Comercio.com, (2012). *Un fenómeno llamado Facebook*: Recuperado el 27 de enero de 2013, de <http://especiales.elcomercio.com/2012/02/facebook/>

El Diario.com, (2009). *Creador de Facebook cambió configuración de privacidad*. Recuperado 26 de Febrero de 2013, de <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/138111-creador-de-facebook-cambio-configuracion-de-privacidad/>

El Mundo.es, (2012). *Facebook afirma que tiene ya más de 1.000 millones de usuarios activos*. Recuperado el 27 de Enero y 12 de Marzo de 2013, de <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/10/04/navegante/1349352169.html>

El Mundo.es, (2011). *REDES SOCIALES: Tratamiento de los datos personales: Irlanda pide a Facebook cambios en su privacidad que afectarán a otros países*. Recuperado el 09 de Marzo de 2013, de <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/12/21/navegante/1324482869.html>

El Rincón de lo Humano, (s.f.). *¿Facebook vende datos personales?* Recuperado el 6 de Octubre de 2013, de <http://elrincondelohumano.wordpress.com/>

El Universo, (2010, Mayo 02). *Reguladores de privacidad vigilan Facebook y sitios sociales*. Recuperado el 26 de Febrero de 2013, de <http://www.eluniverso.com/2010/05/02/1/1431/reguladores-privacidad-vigilan-facebook-sitios-sociales.html>

El Universo, (2010, Mayo 06). *Falla en privacidad de Facebook expuso chats de usuarios*. Recuperado el 29 de Febrero de 2013, de <http://www.eluniverso.com/2010/05/06/1/1431/falla-privacidad-facebook-expuso-chats-usuarios.html>

Espejel, J, y Flores, M, (2011). *Redes sociales y sociedad civil de Félix Requena Santos*. Universidad Autónoma del Estado de México, Espacios Públicos, vol. 14, num. 31, pp. 264 – 268. Recuperado el 16 octubre de 2012, de <http://www.redalyc.org/pdf/676/67621192015.pdf>

Estrada, A, (2009). *Aspectos Éticos, Sociales y Políticos*: Recuperado el 27 de Enero de 2013, de <http://www.slideshare.net/styestra/aspectos-eticos-sociales-y-politicos>

Export.com, (1998). *Safe Harbor*. Recuperado el 27 de Enero de 2013, de [http://export.gov/safeharbor/eu/eg\\_main\\_018365.asp](http://export.gov/safeharbor/eu/eg_main_018365.asp)

Facebook, (2009). *Política de Privacidad de Facebook*. Recuperado el 27, 28 de Enero de 2013, de [https://www.facebook.com/note.php?note\\_id=+322317115300](https://www.facebook.com/note.php?note_id=+322317115300)

Facebook, (2013). *Política de uso de datos: Acerca de la Plataforma, 2013*. Recuperado el 15 de Febrero de 2013, de [https://www.facebook.com/full\\_data\\_use\\_policy](https://www.facebook.com/full_data_use_policy)

Facebook, (2013). *Acceso directo de privacidad*. Recuperado el 27 y 28 de Mayo de 2013, de [https://www.facebook.com/settings/?tab=privacy&privacy\\_source=settings\\_menu](https://www.facebook.com/settings/?tab=privacy&privacy_source=settings_menu)

Facebook, (2013). *Acerca de las Aplicaciones*, Recuperado el 30 de Mayo de 2013, de <http://www.facebook.com/help/493707223977442/>

Facebook, (2013). *Administrar bloqueo*. Recuperado el 30 de Mayo de 2013, de <http://www.facebook.com/settings?tab=blocking>

Facebook, (2013). *Biografía y configuración del etiquetado*. Recuperado el 28 de Mayo de 2013, de <https://www.facebook.com/settings?tab=timeline&view>

Facebook, (2013). *Configuración de aplicaciones*. Recuperado el 30, 31 de Mayo y 4 de Junio de 2013, de <https://www.facebook.com/settings?tab=applications&view>

Facebook, (2013). *Configuración de la privacidad de las aplicaciones y tu información: Control de la configuración de la privacidad de las aplicaciones*. Recuperado el 30 de Mayo 2013, de, <http://www.facebook.com/help/262314300536014/>

Facebook, (2013). *Configuración y herramientas de Privacidad*. Recuperado el 27, 28 y 29 de Mayo de 2013, de, [https://www.facebook.com/settings/?tab=privacy&privacy\\_source=settings\\_menu](https://www.facebook.com/settings/?tab=privacy&privacy_source=settings_menu)

FayerWayer.com, (2013). *Cómo configurar Facebook para poder tener como amiga a tu madre*. Recuperado el 27 de Mayo de 2013, de <http://www.fayerwayer.com/2013/05/como-configurar-facebook-para-poder-tener-como-amiga-a-tu-madre/>

Facebookforos, (2011). *50 datos, características y curiosidades de Facebook*. Recuperado el 23 de Junio de 2013, de <http://www.facebookforos.com/facebook/datos-caracteristicas-curiosidades-facebook-t13.html>

Facebookforos, (2012). *Declaración de Derechos y responsabilidades*. Recuperado el 28 de Enero de 2013, de <https://www.facebook.com/legal/terms>

Facilísimo.com, (2011). *Facebook promete tomar medidas contra la violencia de género*. Recuperado el 13 de Junio de 2013, de [http://facebook.facilisimo.com/blogs/otros/facebook-promete-tomar-medidas-contra-la-violencia-de-genero\\_904172.html](http://facebook.facilisimo.com/blogs/otros/facebook-promete-tomar-medidas-contra-la-violencia-de-genero_904172.html)

Facilísimo.com, (2013). *Facebook es miembro de plenos derechos de GNI*. Recuperado el 12 de Junio de 2013, de [http://facebook.facilisimo.com/blogs/otros/facebook-es-miembro-de-pletos-derechos-de-gni\\_903395.html](http://facebook.facilisimo.com/blogs/otros/facebook-es-miembro-de-pletos-derechos-de-gni_903395.html)

Fernández, C, (2011). *Privacidad y Facebook: Estudio sobre los datos personales en las redes sociales online*”, Salamanca, España: Universidad de Salamanca, Facultad de Traducción y Documentación en Sistemas de Información Digital. [http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/116281/1/TFM\\_Fern%C3%A1ndezMor%C3%A1n\\_Carlos\\_PrivacidadyFacebook.pdf](http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/116281/1/TFM_Fern%C3%A1ndezMor%C3%A1n_Carlos_PrivacidadyFacebook.pdf)

García, F. y Gértrudix, M., “*Mare Nostrum Digital: Mito, ideología y realidad de un imaginario sociotécnico*”, Icono 14, nº 12, 2009, p. 14, <http://www.icono14.net/monografico/nativos-digitales-ciudadanos-europeos>, 14-2-2011, citado en Comunicación y Sociedad (2012). *Conductas sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la web 2.0*. Universidad de Navarra: Facultad de Comunicación. Recuperado el 6 de Octubre de 2013, de [http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art\\_id=404#\\_ftn2](http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=404#_ftn2)

Gastón Bercun, (2007). *Facebook enfrenta dos nuevas demandas judiciales*. Recuperado el 15 de Febrero de 2013, de <http://gastonbercun.com/facebook-enfrenta-dos-nuevas-demandas-judiciales/>

Gestión, (2012, Agosto 10). *Estados Unidos aprueba acuerdo final con Facebook por ajustes de privacidad*. Recuperado el 11 de Marzo de 2013, de <http://gestion.pe/2012/08/10/tecnologia/estados-unidos-aprueba-acuerdo-final-facebook-ajustes-privacidad-2009760>

Gestión, (2012, Septiembre 20). *¿Por qué hay 5 millones de niños en Facebook si está prohibido?* Recuperado el 11 de Marzo de 2013, de <http://gestion.pe/tendencias/que-hay-5-millones-ninos-facebook-si-esta-prohibido-2012745>

Gestión, (2012, Noviembre 21). *Facebook compartirá datos con Instagram*. Recuperado el 11 de Marzo de 2013, de [http://gestion.pe/tecnologia/facebook-compartira-datos-instagram-2052332?href=nota\\_rel](http://gestion.pe/tecnologia/facebook-compartira-datos-instagram-2052332?href=nota_rel)

Gestión, (2012, Noviembre 27). *Piden a Facebook que retire los cambios propuestos a su política de uso*. Recuperado el 11 de Marzo de 2013, de <http://gestion.pe/tecnologia/piden-facebook-que- retire-cambios-propuestos-su-politica-uso-2052783>

Goga, A, (2011). *La evolución de Facebook a través de los años. 2004-2011 (imágenes)*: Recuperado el 15 de Febrero de 2013, de <http://www.arturogoga.com/2011/07/14/la-evolucion-de-facebook-a-traves-de-los-anos- imagenes/>

Gómez, M.T, (2010), *“Los usos educativos de las Redes Sociales. Facebook y sus posibilidades educativas”*. Caracas, Venezuela, Universidad José María Vargas. Tomado de [http://www.salvador.edu.ar/vrid/publicaciones/USO\\_DE\\_FACEBOOK.pdf](http://www.salvador.edu.ar/vrid/publicaciones/USO_DE_FACEBOOK.pdf)

González, F, (2012). *Facebook firma también acuerdo de privacidad en aplicaciones*. Recuperado el 10 de Marzo de 2013, de <http://www.informationweek.com.mx/industria/facebook-firma-tambien-acuerdo-de-privacidad-en-aplicaciones/>

González, (s.f.). *Aspectos Legales y Normativos de las Redes Sociales*: Recuperado el 27 de enero de 2013), de [http://www.gonzalezfrea.com.ar/derecho-informatico/aspectos-legales-redes-sociales-legislacion-normativa-facebook-regulacion-legal-argentina/265/#\\_ftn4](http://www.gonzalezfrea.com.ar/derecho-informatico/aspectos-legales-redes-sociales-legislacion-normativa-facebook-regulacion-legal-argentina/265/#_ftn4)

Hall, S. (1990). "*Cultural identity and diaspora*". En Rutherford, J. (Ed.), *Community, culture, difference*. Londres, United Kingdom: Lawrence and Wishart, 222- 237, citado en Atenea (Concepc), (2012). *Tramas y laberintos: Sociología e identidad cultural latinoamericana*. Concepción. No. 506. Recuperado el 06 de Octubre de 2013, de [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071804622012000200002&script=sci\\_arttext#n1](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071804622012000200002&script=sci_arttext#n1)

Herrero, J, (2002). *¿Qué es la cultura?* Recuperado el 6 de Octubre de 2013, de <http://www-01.sil.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>

Hi Social.com, (2004). *¿Cuántos usuarios tiene Facebook?* Recuperado el 15 de Febrero de 2013), de <http://www.hisocial.com/blog/es/cuantos-usuarios-tiene-facebook/>

Lanación.com, (s.f.). *El creador de Facebook cierra una demanda por plagio*. Recuperado el 15 de Febrero de 2013, de <http://www.lanacion.com.ar/1025525-el-creador-de-facebook-cierra-una-demanda-por-plagio>

La Social Media, (2012). *Los principales cambios de Facebook para las empresas en 2012*. Recuperado el 10 de Marzo de 2013, de <http://www.lasocialmedia.es/los-principales-cambios-de-facebook-para-las-empresas-en-2012/>

Libertad Digital, (2011). *Los cambios de Facebook desnudan la privacidad de sus usuarios*. Recuperado del 08 de Marzo de 2013, de <http://www.libertaddigital.com/internet/2011-09-27/los-ultimos-cambios-de-facebook-desnudan-la-privacidad-de-sus-usuarios-1276436475/>

LIT – CI, (2013). *EE.UU. usa el Google y Facebook para vigilar al mundo*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2013, de <http://www.litci.org/inicio/newspaises/mundo/3882-eeuu-usa-el-google-y-facebook-para-vigilar-al-mundo>

Lynn, S, (2011). *FTC beaches tentative settlement over Facebook's privacy practices*. Recuperado el 08 de Marzo de 2013, de <http://search.proquest.com/docview/912502908/fulltext/13697E61C9F8080A4F/1?accountid=38595#center>

McLaughlin, L, (2011). *Facebook F8: 10 cosas que Zuckerberg no dice*. Recuperado el 07 de Marzo de 2013, de <http://www.informationweek.com.mx/ultimosarticulos/facebook-f8-10-cosas-que-zuckerberg-no-dice/>

Moreno, M, (2012). *Facebook obliga a que todos los perfiles se puedan encontrar en su buscador*. Recuperado el 11 de Marzo de 2013, de <http://www.trecebits.com/2012/12/13/facebook-obliga-a-que-todos-los-perfiles-se-puedan-encontrar-en-su-buscador/>

Networkworld, (2013). *Estados Unidos 'vigila' a los usuarios de Facebook y Google*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2013, de <http://www.networkworld.es/seguridad/estados-unidos-vigila-a-los-usuarios-de-facebook-y-google>

Office oh the Privacy Commissioner Canadá, (2009). *ARCHIVADO - Facebook se compromete a responder a las preocupaciones del Comisionado de Privacidad*. Recuperado el 22 de Febrero de 2013, de [http://www.priv.gc.ca/media/nr-c/2009/nr-c\\_090827\\_e.asp](http://www.priv.gc.ca/media/nr-c/2009/nr-c_090827_e.asp)

Ortiz, A, (2007, Noviembre 28). *El newsfeed de Facebook*. Recuperado el 22 de Febrero de 2013, de <http://www.error500.net/newsfeed-facebook/>

Ortiz, A, (2007, Noviembre 30). *Facebook Beacon y la privacidad*. Recuperado el 22 de Febrero de 2013, de <http://www.error500.net/facebook-beacon-privacidad/>

PuroMarketing, (2011). *Tecnología y Redes Sociales: La preocupación por la privacidad en los medios sociales genera un impacto negativo sobre las marcas*. Recuperado el 12 Junio de 2013, de <http://www.puromarketing.com/16/10010/preocupacion-privacidad-medios-sociales-genera-impacto-negativo-sobre.html>

Rivassanti.net, (s.f.). *Estadísticas de volumen de usuarios de Facebook y Redes Sociales en el mundo*: Recuperado el 27 de Enero de 2013, de <http://www.rivassanti.net/notas-sobre-Las-Redes-Sociales/Estadisticas-de-volumen-de-usuarios-Facebook-y-Redes-Sociales.php>

Reverso, (s.f.). *Diccionario Inglés – Español*. Recuperado el 22 de Febrero de 2013, de <http://diccionario.reverso.net/ingles-espanol/opt-out>

Rodríguez, M, (2011). *Territorios virtuales: Intimidaciones, relaciones interpersonales y nuevas redes individuales*. Recuperado el 06 de Octubre de 2013, de <http://geopoliticaxxi.wordpress.com/2011/05/27/territorios-virtuales-intimidaciones-relaciones-interpersonales-y-nuevas-redes-individuales/>

Rodríguez, S, (2010). *Facebook responde a las críticas con más cambios en el control de la privacidad*. Recuperado el 02 de Marzo de 2013, de <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/05/26/navegante/1274899181.html>

RT, (2012). *Facebook enciende las alarmas en la UE con su nueva política de intercambio de datos*. Recuperado el 11 de Marzo de 2013, de <http://actualidad.rt.com/actualidad/view/79354-facebook-enciende-alarmas-nueva-politica-intercambio-datos>

Rtve.es, (2009). *Facebook modificará su política de privacidad tras las quejas de Canadá*. Recuperado 23 de Febrero de 2013, de <http://www.rtve.es/noticias/20090827/facebook-modificara-politica-privacidad-tras-las-quejas-canada/290267.shtml>

Roa, M, (2013). “*Facebook frente al derecho a la vida privada y la protección de datos personales*”. Santiago, Chile, Universidad de Chile, Facultad de Derecho. Tomado de [http://www.tesis.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113249/de-roa\\_m.pdf?sequence=1](http://www.tesis.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113249/de-roa_m.pdf?sequence=1)

Sitios Argentina, (2008). *¿Qué es Facebook?* Recuperado el 15 de Febrero de 2013, de <http://www.sitiosargentina.com.ar/notas/2008/septiembre/que-es-facebook.htm> .

Socialmedia, (2011). *Cambios en Facebook: Configuración de privacidad para permitir el reconocimiento facial*. Recuperado el 05 de Marzo de 2013, de <http://absocialmedia.com/2011/06/cambios-en-facebook-configuracion-de-privacidad-para-permitir-el-reconocimiento-facial>

Softhoy, (2012). *La Comisión Federal del Comercio de Estados Unidos autoriza a Facebook la compra de Instagram*. Recuperado el 11 de Marzo de 2013, de <http://www.softhoy.com/comision-federal-comercio-estados-unidos-autoriza-facebook-compra-instagram.html>

SOPHOS, (2007). *El 41% de los usuarios de Facebook revela información personal a cualquiera*. Recuperado el 15 de Febrero de 2013, de <http://www.sophos.com/es-es/press-office/press-releases/2007/08/facebook.aspx>

Taringa, (s.f.). *El peligro de Facebook ¡Por favor difundir!: La verdad de “Facebook”*. Recuperado el 6 de Octubre de 2013, de <http://www.taringa.net/posts/info/1929773/El-peligro-de-Facebook-Por-favor-difundir.html>

Thúer, S, (2009). *Cambios en la privacidad en Facebook: Una de cal, dos de arena*. Recuperado el 26 de Septiembre de 2013), de <http://www.thuer.com.ar/blog/2009/cambio-privacidad-facebook>

Torres, A, (2011). *Facebook cambió sus controles de privacidad otra vez*. Recuperado el 05 de Marzo de 2013, de <http://www.lanacion.com.ar/1401723-facebook-cambio-sus-controles-de-privacidad-otra-vez>

Tuesperto.com, (2011). *Facebook desvela cómo rastrea a los internautas*. Recuperado el 6 de Octubre de 2013, de <http://www.tuexperto.com/2011/11/20/facebook-desvela-como-rastrea-a-los-internautas/>

Univisión.com, (2012). *Facebook triunfa en Latinoamérica y transforma el panorama de redes sociales*: Recuperado el 27 de Enero de 2013, de <http://feeds.univision.com/feeds/article/2012-02-02/facebook-triunfa-en-latinoamerica-y>

Wikipedia, (s.f.). *Interfaz de programación de aplicaciones*. Recuperado el 07 de Marzo de 2013, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz\\_de\\_programaci%C3%B3n\\_de\\_aplicaciones](http://es.wikipedia.org/wiki/Interfaz_de_programaci%C3%B3n_de_aplicaciones)

Wikipedia, (s.f.). *TRUSTe*. Recuperado el 27 de Enero de 2013, de <http://en.wikipedia.org/wiki/TRUSTe>

YouTube, (2013). *Debate: Las redes sociales, ¿Acercan o Alejan a la humanidad?* Recuperado el 17 de Junio de 2013, de <http://www.youtube.com/watch?v=D5Ufck4VryI>

YouTube, (2011). *Documentos América: No confíes en Facebook*, Recuperado de 16 de Junio de 2013, de <http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=tIHZAB3GHaU&feature=endscreen>.

YouTube, (2011). *Mujer discriminada por Facebook, hará denuncia ante delitos informáticos*, Recuperado de 16 de Junio de 2013, de <http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&v=pC2Wf8ZhaJE&NR=1>

YouTube, (2012). *Stark: "Lo ocurrido es una muestra más de la falta de 'privacidad' de Facebook*. Recuperado el 15 de Junio de 2013, de <http://www.youtube.com/watch?v=6YUz5-SsCb4>

Zelewitz, M, (2010). *Cambios en Facebook: Plug in casilla "Me gusta"*. Recuperado el 29 de Febrero de 2013, de <http://www.cuentamelared.com/cambios-fb-casilla-me-gusta/>