

There are no translations available.

Aprende lo importante que es la protección de la intimidad en las redes sociales..

Introd

ucción

Las redes sociales han cambiado y revolucionado las comunicaciones personales en la Red. Si hace un par de años la comunicación de los jóvenes por Internet se limitaba a la mensajería instantánea Messenger o Chat o-nline- ahora prolongan su vida social, afectiva y escolar a plataformas en red.

Las redes sociales nacieron hace unos años con el fin de establecer redes de contactos en el entorno profesional. Con el paso del tiempo, han adquirido la dimensión de "punto de encuentro" para usuarios que comparten aficiones, gustos o intereses. Existen cientos de redes sociales con perfiles de usuarios diferentes y temáticas muy variadas; profesionales, de ocio, de consumo. Estas plataformas han conseguido situarse a la cabeza del ranking de páginas con más accesos y volumen de tráfico de información. De otro lado, el perfil de los usuarios que se registran, entre los que destacan los menores de edad. No son el perfil más numeroso pero su presencia y actividad en este tipo de plataformas cobra especial trascendencia si tenemos en cuenta la vulnerabilidad e indefensión de este colectivo.

Los usuarios de las redes sociales profesionales solo proporcionan datos de contacto, de formación, experiencia laboral... Datos, en definitiva, vinculados a su vida profesional. Por contra, en otro tipo de redes sociales -de ocio, contactos, - los usuarios hacen públicas sus vivencias, gustos, experiencias, fotografías. Además, llama la atención el hecho de que muchos usuarios hagan públicos datos que en su vida offline no revelarían; ideología, orientación religiosa y sexual. Entre los más jóvenes, sobre todo los menores de edad, existe una falta de conciencia de que sus datos personales serán accesibles para cualquier persona con los peligros que esto puede desentrañar.

Por todo esto es de vital importancia concienciar a estos colectivos más vulnerables e indefensos de la protección de la intimidad en las redes sociales.

En el siguiente enlace el Co-fundador de la red social MySpace, la segunda del mundo, habla para el diario *Público* de la educación de los hijos en el uso de Internet.

<http://www.publico.es/ciencias/202325/debemos/educar/jovenes/como/internet>

A continuación, haremos un recorrido por las principales redes sociales que operan en España para conocer qué tipo de contenidos ostentan, la actividad operante entre usuarios y las diferentes reglas de confidencialidad que tienen establecidas. En todas es el mismo usuario el que define el nivel de privacidad que quiere para su espacio. Sin embargo, lo complejo de alguna de ellas reside, precisamente, en la gestión de la información que se quiere sea pública y/o accesible para otros usuarios.

□

LAS REDES SOCIALES PROFESIONALES

The screenshot shows the XING website interface. At the top, the XING logo is on the left, and navigation links for 'Visita Guiada', 'Contacto', and 'Idioma' are on the right. The main banner features the text 'XING – networking profesional en todo el mundo' and 'Más de 6 millones de personas gestionan sus contactos en XING'. Below this is a graphic of silhouettes of people on a world map. Three buttons are visible: 'Networking en todo el mundo' (Gestión de contactos), 'Buscador' (Búsqueda avanzada), and 'Carreras y empleo' (Programa profesional). On the right side, there is a registration section titled '¡Únete a XING gratuitamente!' with a '¡Regístrate gratis ahora!' button. Below that is a login section titled '¿Eres usuario de Neurona o eConozco?' with a 'Iniciar sesión en XING' button and input fields for 'Nombre de usuario / correo electrónico' and 'Contraseña'. There is also a checkbox for 'Iniciar sesión automáticamente en este PC' and an 'Entrar' button. At the bottom, there are three more sections: 'Buscador' with a magnifying glass icon and a search bar, 'XING para colaboradores' with a document icon and a link to 'Más información', and 'Visita Guiada' with a signpost icon and a link to 'Más información'. The footer contains various links like 'Ayuda', 'Contacto', 'Acerca de este sitio', 'Condiciones Generales', 'Política de Privacidad', 'Prensa', 'Relaciones con Inversores', 'Mapa web', 'Publicar en XING', 'Empíreo', 'XING Shop', and 'Blog', along with the copyright notice '© XING AG | Todos los derechos reservados | Desarrollado por epublica GmbH'.

Las redes sociales profesionales tienen usuarios con objetivos más claros y con más conciencia de la información que hacen pública. Se trata de plataformas que fomentan las relaciones profesionales, tanto de un mismo sector, como de sectores diferentes.

[XING](#) es una de las redes profesionales más potentes, de origen alemán ha crecido notablemente gracias a la absorción y compra de otras redes. Neurona y E-Conozco, las dos grandes redes profesionales españolas, fueron adquiridas por XING cuando éstas tenían en su registro cerca del millón de usuarios. Así que tiene la ventaja de tener agrupados a contactos de antiguas redes de nuestro país.

No es la red con más usuarios registrados, por delante se encuentran otras como [LinkedIn](#), con más de 30.000.000 en todo el mundo, gran parte de ellos fuera de Europa.



En XING, al tratarse de una red europea, es mucho más fácil encontrar personas de nuestro entorno, un aspecto más práctico para muchos sectores.

Las aplicaciones que alberga se reducen al envío y recepción de mensajes, gestión de grupos, eventos organizados de XING y búsqueda de empleo. Con un funcionamiento muy sencillo, el nuevo usuario puede crear su perfil profesional sin muchas complicaciones. Una vez proporcionados los datos pertinentes se procederá a la búsqueda de contactos; a través de nuestro correo, invitando a conocidos, compañeros e incluso clientes para que formen parte de nuestro grupo o para que se registren por primera vez como nosotros. La red de contactos se irá estableciendo en la medida en que nosotros invirtamos tiempo en explorar por las distintas páginas. De esta manera, será fácil ir «topándose» con personas que podrían ser de gran valor para alcanzar algunos objetivos personales y profesionales.

LAS REDES SOCIALES DE OCIO



□



Aunque no ha revelado el número exacto de usuarios registrados, [Tuenti](#) es la red social más numerosa en España. Su aparición se produjo hace ahora tres años y de forma súbita se ha colado en la vida diaria de miles de jóvenes de nuestro país. Se calcula que alberga 150.000 perfiles con una media de 24 años; identidades verdaderas o falsas de personas, empresas, organizaciones, universidades, celebridades. El abanico de perfiles registrados es tan variopinto que sirve de argumento a los más adeptos para afirmar que se trata de plataformas web que reflejan de forma muy aproximada la realidad de nuestra sociedad.

Lo que diferencia a Tuenti del resto de redes sociales es el tiempo que consigue retener a sus usuarios frente al ordenador. Sus usuarios dedican una media de una hora y diez minutos a mantener activa su vida o-nline. Cuelgan fotos, las comentan e identifican a cada una de las personas que en ellas aparecen y que también disponen de espacio propio en Tuenti. Automáticamente, la imagen subida queda igualmente incluida en los espacios de aquellos que hayan sido etiquetados.

Otra de sus peculiaridades es que para acceder a ella es necesario ser invitado previamente por algún miembro. Todo empieza cuando alguien acepta la invitación y comienza el proceso de registro: Nombre, apellidos, colegio, instituto, universidad, lugar de residencia... Se proporcionan datos personales de forma inocente y desconociendo que con ello se deja la veda abierta de nuestra privacidad:

- Revelar el nombre y los apellidos facilitará la búsqueda directa del que se acabe de registrar. Otros usuarios podrán buscar de forma muy directa el perfil de este nuevo usuario.
- Completar el perfil con datos como el colegio, el instituto o la universidad dónde se ha estudiado supondrá la entrada automática a la red de *ese colegio o universidad* dónde estudiamos. De esta manera, otros usuarios podrán localizar a quien quieran seleccionando las redes a las que saben que podría pertenecer.

Natalia López-k idatzia
Astelehena, 2009(e)ko maiatza(r)en 18-(e)an 10:24etan

Összefoglalás A tanulmány célja az egészségügyi szolgáltatások igénybevevőinek és az egészségügyi szolgáltatók közötti kommunikáció vizsgálata. A kutatás során a kommunikációs folyamatok, a kommunikációs eszközök és a kommunikációs környezet vizsgálata történt. A kutatás eredményei alapján javaslatok kerültek előterjesztésre a kommunikációs folyamatok javítása érdekében.

Las Redes Sociales y la privacidad

Natalia López-k idatzia

Astelehena, 2009(e)ko maiatza(r)en 18-(e)an 10:24etan

[Inicio](#) [Mi Perfil](#) [Gente](#) [Media](#)

Diego Castro Pérez estoy disfrutando de



[Fotos en las que salgo yo\(5\)](#)

[Editar perfil](#)

[Subir fotos](#)

Redes

Universidades

Complutense de Madrid '05

finalizado el 2005

Sobre mí

Sexo	Chico
Edad	27 años
Cumpleaños	28 feb 1982
Provincia	Madrid
Día de ingreso	19 feb 2008
Última visita	Online

Mis Fotos



Mi Talento

Nadie

El perfil de Diego Castro Pérez en Facebook. El perfil muestra la información personal de Diego Castro Pérez, incluyendo su nombre, edad, sexo, provincia, día de ingreso y última visita. También se muestran las redes de Diego Castro Pérez, incluyendo la Complutense de Madrid '05. El perfil está configurado para que solo él pueda ver su información personal.



Inicio

Mi Perfil

Gente

Media

mi cuenta

configuración: **privacidad**

peticiones

pendientes(0)

de desconocidos(1)

mis datos

perfil

redes

información personal

configuración

privacidad

datos de acceso

Opciones de Privacidad

Pueden ver mi perfil y mis fotos:

Solo mis Amigos

Pueden enviarme mensajes:

Todos los miembros de Tuenti

Pueden ver mis numeros de teléfono:

Mis amigos

☐ Nadie puede ver mi tablón.

☐ Nadie puede descargar mis fotos.

Guardar cambios

Control de Bloqueados



Bloquear

Cuando bloquee a un usuario, aparecerá en esta lista. Si quieres bloquear a un usuario, en su perfil haz click en "Bloquear".

The screenshot shows a Facebook profile for a user named Carol. The interface includes a top navigation bar with links like 'Profile', 'Friends', 'Networks', 'Inbox', 'home', 'account', 'privacy', and 'logout'. On the left, there's a sidebar with a search bar and application links (Photos, Groups, Scrabulous, Events, Marketplace, iLike). The main content area displays Carol's profile picture, a status update 'is in class.', and various sections: 'Networks' (NoddaCorp, Stanford Alum), 'Sex' (San Francisco, CA), 'Birthday' (July 18, 1983), 'Hometown' (Brooklyn, NY), 'Mini-Feed', 'Information' (with an 'edit' link), 'Contact Info' (Email: carol@noddacorp.com), 'Personal Info' (Activities: food stuff, art, fixing up the house, friends; Interests: making cool stuff, time with the family, fun; Favorite TV Shows: My Name is Earl, The OC, The Office, etc.; Favorite Books: various URLs; Favorite Quotes: a quote by Joseph Campbell), 'Mutual Friends' (52), 'NoddaCorp Friends' (110 friends at Facebook), and 'Friends in Other Networks' (Stanford 229, Facebook 137). A Windows Live advertisement is visible on the left side of the page.

CONSEJOS DE PRIVACIDAD

Estos consejos son solo orientativos y no garantizan la privacidad de tus datos. Siempre debes tener en cuenta las políticas de privacidad de cada red social y tomar las medidas necesarias para proteger tu información personal.