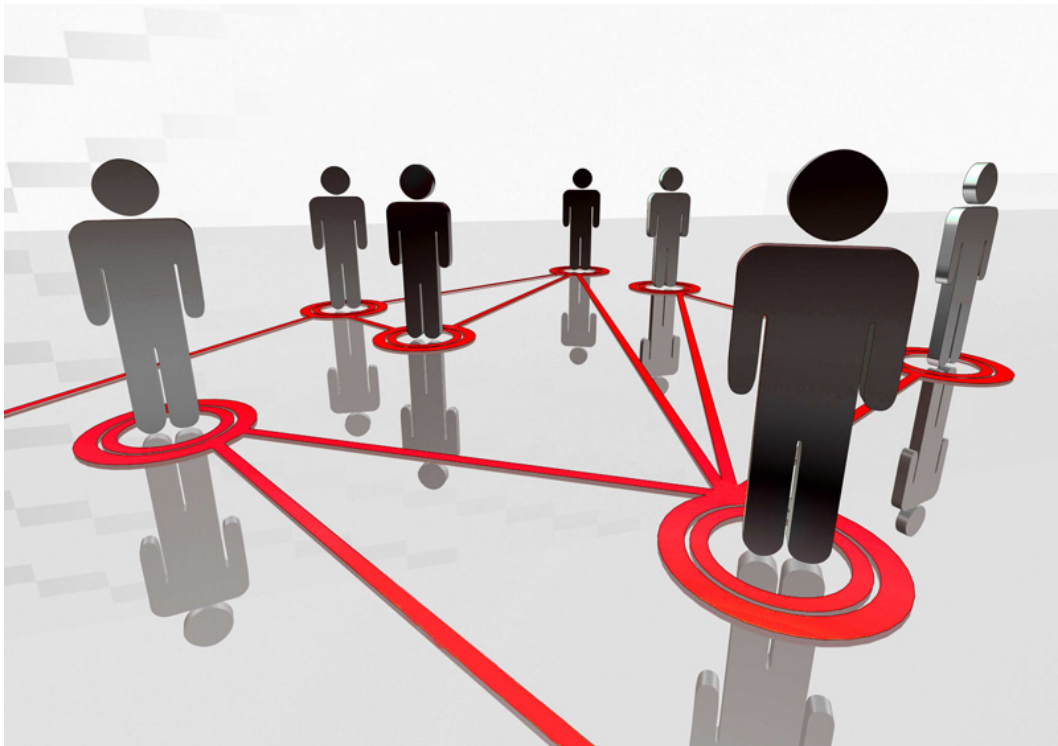




Instituto Nacional
de Tecnologías
de la Comunicación

Guías Legales

REDES SOCIALES, MENORES DE EDAD Y PRIVACIDAD EN LA RED



OBSERVATORIO DE LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN
Área Jurídica de la Seguridad y las TIC

Introducción

Esta guía pretende ofrecer a los usuarios información útil para conocer qué son las redes sociales, cómo funcionan, cuáles son sus elementos, sus beneficios y los riesgos que puede conllevar su utilización.

Con el paso del tiempo, las comunicaciones personales en la Red han ido evolucionado. Así, desde los tradicionales programas de mensajería instantánea -ICQ, MSN Messenger, entre otros-, hasta el concepto actual de *red social*, donde los usuarios ponen en común aficiones, gustos y vivencias, con la única finalidad de que toda su red de contactos, que se encuentra en constante crecimiento, tenga acceso a dicha información.

El concepto de red social en Internet supone una nueva forma de relación humana que se ha ido posicionando como uno de los medios de comunicación online más populares en la Red, llegando a superar en algunos casos los 132 millones de usuarios recurrentes¹, según datos facilitados por Comscore World Metrix en agosto de 2008², que la utilizan como principal forma de comunicación.

El fenómeno de las redes sociales se encuentra en constante crecimiento. Prueba de ello es el hecho de que entre las diez palabras y términos de búsqueda más consultados en Internet, siete de ellas se corresponden con las redes sociales Badoo, Facebook o Webkinz³, logrando así un número total de visitas en el año 2007 que superaba los 500 millones anuales⁴.

A pesar de las cifras de usuarios y los beneficios que puede suponer su uso, no se trata de un medio exento de posibles peligros, lo que puede suponer, en algunos casos, un freno para su crecimiento ordenado y adecuado a la legislación vigente.

Especial trascendencia supone el hecho de que los menores de edad sean - según recientes estudios⁵ - los principales usuarios de este tipo de plataformas. Dadas las características propias de los menores de edad y su posición inicial de mayor indefensión, las instituciones públicas y la legislación vigente les ha otorgado un mayor grado de protección, en aras de evitar, o al menos reducir, los efectos negativos derivados del uso de estas plataformas.

¹ Usuarios que con frecuencia acceden a la plataforma y utilizan sus servicios.

² Datos facilitados por la Compañía Comscore, en una nota de prensa accesible en el propio sitio web de la compañía <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=2396>

³ Informaciones aportadas por Laurence Benhamou, AFP EE.UU.

⁴ Datos facilitados por la Compañía Comscore www.comscore.com en su informe "Social Networking Goes Global", publicado el 31 de julio de 2007.

⁵ Datos facilitados por la Compañía Comscore www.comscore.com en su informe "Social Networking Goes Global". <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1555>.

Esta guía pretende informar al ciudadano sobre los aspectos mas destacables de las redes sociales, su naturaleza, finalidad, beneficios y riesgos, así como de la relevancia jurídica de éstas en multitud de campos como la *privacidad*, la *protección del Derecho al Honor e Intimidad* y la *Propiedad Intelectual*, considerando siempre a los menores de edad, como punto de referencia dada su especial posición respecto a la necesidades de protección y características particulares.

¿Qué es una red social?

Toda red social se fundamenta en la “*teoría de los seis grados de separación*” propuesta por el húngaro Frigyes Karinthy en 1929, por la que cualquier individuo puede estar conectado con otra persona en el planeta a través de una cadena de conocidos que no supera en más de seis el número intermediarios⁶.

Recientemente, Duncan J.Watts⁷, de la Universidad de Columbia, ha realizado el envío masivo de un correo electrónico a nivel mundial, comprobando que la teoría de Frigyes era correcta y también aplicable al medio online.

Como **concepto de red social**, y dado el contexto actual en el que Internet ocupa gran parte de los actos cotidianos, se puede afirmar que se trata de una **aplicación online** que permite a los usuarios, de forma completamente descentralizada, generar un **perfil público**, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y **participar** de forma espontánea en movimientos sociales y corrientes de opinión.



Entre los diferentes elementos que conforman el concepto de red social, cabe destacar los siguientes:

- Sociológico.
- Tecnológico.
- Jurídico.

Respecto al **elemento sociológico**, se puede afirmar que la facilidad y rapidez de interconexión a través de la Red, así como la descentralización que implica que todos los servicios sean prestados de forma remota, suponen un auténtico avance en lo que

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social

⁷ Watts, Duncan (2003). Six Degrees: The Science of a Connected Age. W. W. Norton & Company. ISBN 0393041425.

respecta a la facilidad para iniciar o aumentar el inicio de las relaciones sociales entre los usuarios.

Cualquier persona con una conexión a Internet puede formar parte de este tipo de redes sociales, comenzando así a entablar comunicación con los millones de contactos que las conforman, con absoluta independencia del lugar o dispositivo desde el que se accede, así como del momento en que se interacciona con el resto de usuarios.

El segundo es el **elemento tecnológico**, considerado probablemente el pilar esencial gracias al cual las redes sociales han podido evolucionar y crecer de manera exponencial con la rapidez con la que lo han hecho.

Los avances en las telecomunicaciones y especialmente la difusión de las conexiones de alta velocidad -ADSL, Cable, 3G- han permitido el desarrollo de redes cada vez más completas y complejas. Todo ello, unido a la rápida e incesante evolución y abaratamiento de los dispositivos y hardware de conexión, han hecho que el número de usuarios de este tipo de plataformas sea cada vez más elevado y, sobre todo, más recurrente en el empleo de estas redes.

El tercer elemento esencial a considerar dentro del concepto de red social, es el **elemento jurídico**. Dada la entidad, tamaño e incidencia social que están tomando las redes sociales, existen gran cantidad de acciones y actos que las diferentes plataformas están realizando sin conocer o al menos sin cumplir principios básicos de la normativa española de protección de datos de carácter personal, de protección de la intimidad, la publicidad y la protección de la propiedad intelectual e industrial respecto a los contenidos creados y alojados por los usuarios en sus perfiles de usuarios.

En este sentido, se avanzan a continuación algunos aspectos esenciales respecto de las repercusiones jurídicas que implican las redes sociales y que serán analizadas en mayor profundidad a lo largo de la guía:

- **Protección de Datos de Carácter Personal.** El fundamento básico del funcionamiento de las redes sociales se encuentra en el hecho de que los usuarios proporcionan y hacen públicos sus datos y perfiles de usuarios, permitiéndoles interrelacionarse con otros usuarios, según los perfiles y datos publicados por éstos.

Este hecho conlleva que la normativa de protección de datos de carácter personal cuente con una especial trascendencia, dado que todos los perfiles de los usuarios son tratados con diferentes finalidades por parte de las redes sociales, sin que se cumpla rigurosamente con la normativa vigente.

- **Intimidad.** Relacionado con el derecho a la protección de datos de los usuarios, toda persona tiene derecho a la intimidad personal y familiar. El propio concepto de red social, tal y como son entendidas en la actualidad,

conlleva la *renuncia* por parte de los usuarios de cierta parte de ese derecho fundamental.

Aunque se trata de una renuncia completamente *voluntaria* por parte de los usuarios, no obstante, existen ciertos indicios y aspectos que podrían permitir una interpretación entendida como una renuncia ciertamente “*viciada*”, sin contar con todos los elementos necesarios para que el consentimiento resulte completamente válido.

- **Propiedad Intelectual e Industrial.** Uno de los usos más comunes y extendidos en las redes sociales es la distribución y el intercambio de contenidos. En este sentido, y dada la cantidad de normativa aplicable a los derechos de propiedad intelectual y la especial protección existente en Europa, esta acción supone el choque constante entre los derechos de los autores (en muchas ocasiones usuarios también de redes sociales) y uno de los fundamentos básicos de Internet y de las redes de este tipo, el intercambio constante de información, con independencia del formato o tipo de información intercambiada.

Todo ello, unido a la descentralización de los servicios online y las consecuencias que ello supone a la hora de aplicar una normativa u otra, conlleva que los conflictos jurídicos entre los usuarios y las entidades titulares de este tipo de servicios sean frecuentes.

Por último, y antes de entrar en el análisis jurídico–tecnológico del fenómeno de las redes sociales, se ha de tener en cuenta que el concepto de red social engloba varios tipos de plataformas, en función del público objetivo y la temática a la que van destinadas.

Respecto de la **temática** que desarrollan, toda red social puede clasificarse según el tipo de temática tratada por sus usuarios, existiendo redes sociales dedicada al desarrollo artístico, hasta redes sociales dedicadas a la mera puesta en contacto de amigos y perfiles, así como redes dedicadas a la información y recomendación respecto a la compra de artículos de consumo.

En segundo lugar, se pueden diferenciar los tipos de redes sociales según el **público objetivo** al que van destinadas, entendiendo que “*público objetivo*” hace referencia al tipo de usuarios que el creador de la red quiere que utilicen y desarrollen la red social. Dentro de este segundo grupo, observamos la existencia de dos grandes grupos de redes sociales:

- Generalistas–Ocio.
- Profesionales.

A pesar de contar con diferencias conceptuales y estructurales, estos grandes grupos de redes sociales presentan varios elementos comunes, siendo éstos considerados los elementos básicos de toda red social. Estos elementos son:

- Tienen como finalidad principal **poner en contacto e interconectar a personas**, de tal forma que a través de la plataforma electrónica se facilite la conexión de forma sencilla y rápida.
- Permiten la **interacción** entre todos los usuarios de la plataforma, ya sea compartiendo información, contactando o facilitando contactos de interés para el otro usuario.
- Permiten y fomentan la posibilidad de que los usuarios inicialmente contactados a través del mundo online, **acaben entablando un contacto real**, del que muy probablemente nacerán nuevas relaciones sociales.
- Permiten que el contacto entre usuarios sea **ilimitado**, en la medida en la que el concepto espacio y tiempo se convierte en relativo al poder comunicar *desde* y *hacia* cualquier lugar, así como en cualquier momento, con la única condición de que ambas partes acepten relacionarse entre sí.
- Fomentan la **difusión viral de la red social**, a través de cada uno de los usuarios que la componen, empleando este método como principal forma de crecimiento del número de usuarios.

Como **aspectos particulares**, los dos grandes modelos de redes sociales tomados como referencia para la elaboración de esta guía, cuentan con varios aspectos particulares para cada uno de los tipos de redes sociales.

Cada una de las particularidades viene derivada del público objetivo al que van destinadas las redes sociales, así como del contenido que se aloja e intercambia en las mismas.



Las redes sociales profesionales tienen como objeto principal fomentar, incentivar y aumentar las relaciones entre profesionales, tanto de un mismo sector, como de sectores diferentes. Como principales particularidades, se pueden destacar las siguientes:

- Cuentan con una doble finalidad. Realizar búsqueda de posibles candidatos para puestos de trabajo o bien buscar entidades u oportunidades laborales.
- Dependiendo de la cualificación y nivel del usuario, la red puede ser empleada como plataforma para la toma de contacto inicial ante posibles negocios entre titulares de compañías.

- Permite la creación de una identidad digital⁸ profesional, siendo ésta completamente pública en la Red.
- Al ser un punto de encuentro entre profesionales del sector, permite al profesional mantenerse al día de las novedades del mismo.

A pesar de los muchos beneficios que supone el uso de este tipo de redes profesionales y la diversidad de aspectos positivos que pueden derivarse, existen ciertos **peligros** que conviene conocer para poder evitarlos. Así, especialmente relacionado con la protección de datos de carácter personal, está el hecho de que los usuarios cuelgan datos personales en la Red, que *animan* la proliferación de los denominados *"coleccionistas de contactos"* o *"social spammers"*, dedicados a recabar contactos disponibles en las redes sociales, en principio sin otra finalidad que la de figurar como usuarios con más contactos en dicha red social.

A pesar de que la finalidad no parezca en principio dañina para los usuarios ni para la propia red social, aquella situación supuso un grave problema para una de las más importantes redes sociales profesionales del mundo⁹, ya que desembocó en que la compañía propietaria de la plataforma tuviera que cambiar completamente el modo de interrelación entre los diferentes usuarios, exigiendo para poder realizar contactos directos, que previamente ambos usuarios hubieran aceptado la existencia de una *relación de confianza mutua*.



En las redes sociales profesionales, este requisito inicialmente no era exigido, dado que lo que pretendían era la puesta en contacto del mayor número de profesionales posibles, con la finalidad de lograr el mayor grado posible de *"networking"* (contactos) entre los usuarios. No obstante, y dados los gravísimos problemas que este tipo de situaciones podrían llegar a suponer, todas las redes sociales han decidido exigir un cierto grado de confianza, cercanía y/o relación para poder ser *"amigo"* o *"contacto"* entre dos miembros de la red.

De otro lado, se encuentran las **redes sociales generalistas o de ocio**, cuyo principal objetivo es facilitar y potenciar las relaciones personales entre los usuarios que



la componen. El grado de crecimiento de este tipo de redes ha sido el más destacado en los últimos años, llegando a formarse plataformas que alcanzan los 100 millones de

⁸ Según la Consultora en Usabilidad Evolucy Technology Consulting S.L., (www.evolucy.com) *"por definición, identidad es aquel conjunto de rasgos propios de un individuo o colectividad que los caracterizan frente a los demás. La verificación de estos rasgos es lo que nos permite determinar que un individuo es quien dice ser. Algunos de estos rasgos son propios del individuo, otros son adquiridos con el tiempo. Por supuesto, no todos los rasgos son igualmente apreciables. Hay rasgos que son apreciables a simple vista, mientras que otros están ocultos y es necesario un conocimiento y, en ocasiones, herramientas para poder verificarlos. Al conjunto de rasgos que caracterizan a un individuo o colectivo en un medio de transmisión digital se le conoce como Identidad Digital."*

⁹ LinkedIn www.linkedin.com

usuarios, como son Myspace y Facebook.

Este tipo de redes han pasado en muchos casos, y especialmente entre el colectivo de usuarios más jóvenes, a complementar e incluso a sustituir otros medios de comunicación, tales como la mensajería instantánea. Esto se debe principalmente a que todas las redes sociales generalistas o de ocio son redes caracterizadas por los siguientes aspectos:

- Ofrecen gran cantidad de aplicaciones y/o funcionalidades que permiten a los usuarios prescindir de aplicaciones de comunicación externas, poniendo a su disposición una plataforma que integra todas las herramientas en una misma pantalla.
- Ofrecen y fomentan que los usuarios no se centren únicamente en operar de forma online, sino que este medio sea la plataforma a través de la que convocar y organizar aspectos de la vida offline.¹⁰
- Ponen a disposición de la comunidad de usuarios parte del código abierto¹¹, mediante el que ha sido programada la plataforma, de modo que los usuarios puedan desarrollar aplicaciones propias que sean ejecutadas dentro de la red, o aplicaciones externas que se interconecten con la plataforma, logrando así el aumento de la viralidad.



A modo de ejemplo gráfico de la envergadura con la que cuentan las redes sociales a nivel global, a continuación se expone un Gráfico 1¹² donde se pueden comprobar, según las diferentes zonas del mundo, el número de horas medias que los usuarios emplean consultando y actualizando sus perfiles en las redes sociales.

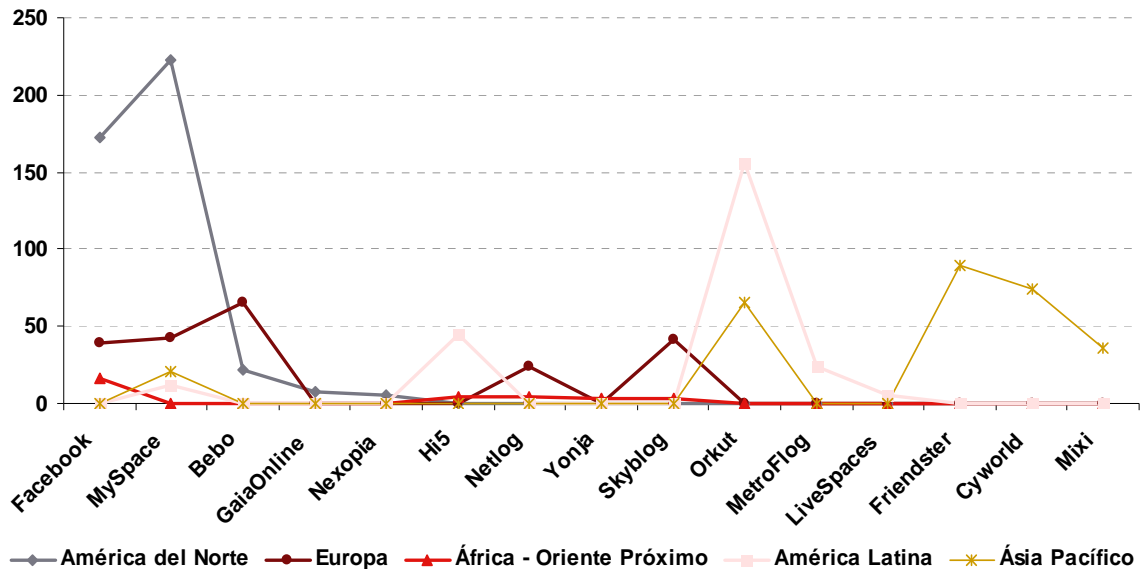


¹⁰ Un claro ejemplo de este hecho es la red social española www.salir.com, donde los usuarios organizan y recomiendan lugares que visitar en una ciudad determinada.

¹¹ Un claro ejemplo de esta práctica es la plataforma OpenSocial, propiedad de Google y cuya potencialidad es realmente alta. Para más información acceda a la siguiente dirección. <http://code.google.com/apis/opensocial>.

¹² Publicado por el diario Le Monde. *Réseaux sociaux : des audiences différentes selon les continents* <http://www.lemonde.fr/web/infog/0,47-0@2-651865,54-999097@51-999297,0.html>

Gráfico 1: Tiempo medio de audiencia de los usuarios según continente y red social (enero 2008)



Fuente: diario Le Monde

Como se puede comprobar, las redes sociales más utilizadas por los usuarios a nivel global son Facebook, Myspace y Orkut, coincidiendo con el hecho de que se trata de las redes con mayor número de usuarios y que mayor número de contenidos y herramientas ponen a disposición de los usuarios.

Más concretamente, para el caso de España, se muestra a continuación un gráfico con el volumen de tráfico de información, accesos y lugares de conexión respecto de tres de las consideradas principales redes sociales por número de usuarios en nuestro país. Como se puede comprobar, las tres redes sociales principales por volumen de usuarios en España son: MySpace, Facebook y Tuenti.

El Gráfico 2 muestra como el lugar desde el que se producen más accesos a las redes sociales referenciadas son Madrid y Andalucía, siendo en ellas Tuenti la red social con más accesos y volumen de tráfico de información.

Gráfico 2: Número de visitantes únicos por red social en España (mayo - agosto 2008)



Ranked by: [Learn more](#)

Subregions



Fuente: <http://www.google.com/trends>

A pesar de las cifras de los millones de usuarios registrados y del alto grado de crecimiento de este tipo de redes, éstas cuentan con un **nivel de riesgo superior al de las redes profesionales**, dado que los usuarios exponen no sólo sus datos de contacto o su formación, sino que hacen públicas sus vivencias, gustos y experiencias, lo que provoca que, en muchas ocasiones, sean aún más los datos expuestos en este tipo de redes, que en las de tipo profesional, suponiendo un riesgo mayor para la protección de sus datos personales y su privacidad.

Han sido muchos los debates y discusiones que se han derivado en relación a las redes sociales y a los problemas que éstas pueden llegar a suponer para algunos usuarios que consciente o inconscientemente publican sus vidas en la red. Entre los principales problemas, cabe señalar:

- En primer lugar, existe un problema derivado de la falta de toma de conciencia por parte de los usuarios de que sus datos personales serán accesibles por

cualquier persona y del valor que éstos pueden llegar a alcanzar en el mercado.

- En muchos casos, los usuarios hacen completamente públicos datos y características personales que en ningún caso expondrían en la vida offline, llegando a publicar datos relativos a su ideología, orientación sexual y religiosa.
- En segundo lugar, la posibilidad de que estos datos puedan ser utilizados por terceros de forma ilícita son amplias, en la medida en que es mucha la información que se puede llegar a obtener de una persona buscando perfiles públicos a través de la Red.
- En tercer lugar, la posibilidad de que traten y publiquen en la Red información falsa o sin nuestra autorización, generando situaciones jurídicas perseguibles que pueden llegar a derivarse de este hecho.¹³
- En cuarto lugar, el hecho de que a través de las condiciones de registro aceptadas por parte de los usuarios, éstos cedan derechos plenos e ilimitados sobre todos aquellos contenidos propios que alojen en la plataforma, de manera que éstos pueden ser explotados económicamente por parte de la red social.¹⁴

Por todo ello, y a pesar de que las redes sociales descritas anteriormente cuentan con una infinidad de beneficios para sus usuarios, éstos no deben dejar de lado que se trata de herramientas públicas y accesibles para cualquier tipo de persona, con independencia de que las intenciones con las que se accede sean negativas o ilícitas. Es por ello que, a continuación, se expone un breve análisis jurídico y normativo respecto de los aspectos más relevantes y problemática que encierran las redes sociales.

Normativa y ámbito de aplicación

Dada la trascendencia y lo avanzado de la normativa española en todo lo relacionado con la protección de datos personales, la protección de la intimidad y la propiedad intelectual, así como la protección de menores e incapaces, junto con la descentralización que lleva consigo el propio concepto de red social online y de Internet, se hace esencial determinar cuáles son los elementos necesarios para que una red social se encuentre sometida a la legislación española.

¹³ Implicación en delitos de estafa online, como el “*Phishing Car*”, donde los estafadores utilizan perfiles de cierto renombre en la red, para otorgar una mayor entidad y credibilidad al negocio ficticio.

¹⁴ En este sentido, una de las polémicas más relevantes fue la ocurrida en el año 2006 con el grupo musical “*Artic Monkeys*”, que estuvo al borde de perder los derechos sobre sus propias canciones, al haberlas alojado en una importante red social para darse a conocer en sus comienzos.

A los efectos de lo dispuesto en la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI-CE) -normativa considerada básica para la regulación de los servicios prestados a través de sitios web- todo sitio web que cumpla con los siguientes requisitos deberá cumplir con la normativa española. Éstos son:

- **Que el prestador de servicios de la sociedad de la información** - responsable del sitio web- **se encuentre establecido en España**, entendiéndose por establecido en España cuando su residencia o domicilio social se encuentren en territorio español, siempre que éstos coincidan con el lugar en que esté efectivamente centralizada la gestión administrativa y la dirección de sus negocios, atendiéndose siempre al lugar en el que se realice dicha gestión o dirección.
- Que el prestador, **a pesar de encontrarse en otro Estado**, ofrezca sus servicios a través de un establecimiento permanente situado en España, considerándose que se opera mediante un establecimiento permanente situado en territorio español cuando se dispone en el mismo, de forma continuada o habitual, de instalaciones o lugares de trabajo, en los que realice toda o parte de su actividad.
- Que el sitio web, **a pesar de ser propiedad y alojarse en servidores externos a la Unión Europea**, dirijan sus servicios específicamente al territorio español. Quedarán sujetos, además, a las obligaciones previstas en esta Ley, siempre que ello no contravenga lo establecido en tratados o convenios internacionales que sean aplicables.



Junto a los criterios anteriormente indicados, es importante clarificar un hecho habitualmente confundido por los usuarios, y es que de conformidad con lo dispuesto en el art. 2.3, párrafo segundo, la utilización de medios tecnológicos situados en España -servidores- para la prestación o el acceso al servicio, no puede ser considerada como único requisito necesario para determinar que un prestador de servicios dispone de establecimiento permanente en España, sino que se debe contar siempre con elementos adicionales tales como que disponga de forma habitual de instalaciones o lugares de trabajo, en los que realice toda o parte de su actividad.

Una vez establecidos los criterios que sigue la normativa vigente para determinar su ámbito de aplicación, rápidamente llama la atención el hecho de que la gran mayoría de las redes sociales utilizadas por los usuarios de España son redes que radican en Estados Unidos y que no disponen de relación con nuestro país, salvo el hecho de contar con un sitio web traducido al castellano, contar con varios miles de usuarios de España y, en muchos casos, sin llegar a operar desde el dominio .es.

Estas circunstancias pueden complicar las posibilidades de aplicar la normativa vigente en España a las redes sociales. Además, demuestran que, en caso de que fuera aplicable la normativa, cómo hacer eficaz las resoluciones o acciones contra dichas plataformas se convertiría en un reto difícil de conseguir.

Determinado el ámbito de aplicación de la legislación, a continuación se expone un listado con la normativa considerada esencial a la hora de analizar una red social desde el punto de vista jurídico. Como se puede comprobar, la normativa expuesta se encuentra dividida en cinco apartados claramente definidos:

- Servicios de la Sociedad de la Información.
 - Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico.
 - Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información.
- Protección de Datos Personales.
 - Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
 - Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
 - Ley 25/2007 de octubre, de Conservación de Datos relativos a las Comunicaciones Electrónicas y a las Redes Públicas de Comunicaciones.
- Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen.
 - Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen.
- Protección de la Propiedad Intelectual.
 - Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.
- Protección de Consumidores y Usuarios.
 - Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

- Ley 44/2006, de 29 de diciembre, de Mejora de la Protección de los Consumidores y Usuarios.
- Protección de menores e incapaces.
 - Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil.
 - Ley 1/1995, de 27 de enero, de Protección del Menor.
 - Ley 11/1985, de 13 de junio, de Protección de Menores.
 - Ley 10/1989, de 14 de diciembre, de Protección de Menores.
 - Ley 8/2002, de 27 de mayo, de modificación de la Ley 37/1991, de 30 de diciembre, sobre Medidas de Protección de los Menores Desamparados y de la Adopción, y de Regulación de la Atención Especial a los Adolescentes con Conductas de Alto Riesgo Social.

Principales riesgos en las redes sociales

Como ya se ha comentado en esta guía, uno de los principales elementos de las redes sociales es el elemento jurídico, estando presente en todas y cada una de las funcionalidades y acciones que tanto la red social como los propios usuarios llevan a cabo.

En este sentido, y tomando como criterio de análisis el *bien jurídico protegido*, las redes sociales presentan los siguientes aspectos que pueden ser considerados esenciales a la hora de realizar un análisis jurídico:

- Protección de Datos de Carácter Personal.
- Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen.
- Protección de la Propiedad Intelectual e Industrial.

No obstante, se debe destacar la existencia de particularidades concretas en cada uno de los apartados expuestos, tales como la regulación específica y de especial protección de los *derechos de los menores e incapaces*, que serán analizadas de forma conjunta en cada uno de los apartados.

Protección de Datos de Carácter Personal

Uno de los principales aspectos jurídicos que debe ser analizado dentro de las redes sociales es el cumplimiento de la normativa de protección de datos de carácter personal, regulada mediante Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD) y su reglamento de desarrollo, Real Decreto 1720/2007 de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (RLOPD).

El derecho a la protección de datos en España ha sufrido en los últimos años una gran evolución, perfeccionando el sistema regulatorio, así como las medidas que los responsables de tratamiento deben adoptar a la hora de tratar datos de carácter personal. No obstante, la evolución de la protección de datos en España no ha estado exenta de situaciones y problemas que son cada vez más acuciantes derivados del uso y explotación de nuevos servicios online.

Durante el año 2000, poco tiempo después de la publicación de la LOPD, el Tribunal Constitucional, en Sentencia 292/2000, reconoció el *Habeas Data*¹⁵ como un auténtico derecho fundamental, derivado de lo dispuesto en el art. 18.4 de la Constitución Española, con entidad y autonomía independiente respecto al derecho al honor, intimidad y propia imagen, lo que supuso un clarísimo punto de inflexión en la mejora y perfección de la normativa vigente.



El propio concepto de red social conlleva la puesta a disposición de toda la red de contactos de gran cantidad de datos personales. Este hecho hace que las redes sociales se conviertan en grandes fuentes de información sobre sus miembros, lo que, a su vez, hace que el cumplimiento de la normativa, prerrogativas y medidas de seguridad respecto a la protección de datos personales se conviertan en esenciales para su correcto funcionamiento, así como para la protección de sus miembros.

Se observa como frecuentemente los procesos llevados a cabo no se encuentran plenamente adecuados a las exigencias legales dispuestas en la normativa española o europea. En este sentido, cuenta con especial trascendencia el cumplimiento de la normativa española de protección de datos de carácter personal, tanto en el momento

¹⁵ El Habeas Data en nuestro ordenamiento jurídico consiste en una acción de carácter constitucional que se encuentra en manos de cualquier persona cuyos datos e información personal se encuentre en un registro o banco de datos, gozando del derecho a conocer la existencia, el contenido y la posibilidad de ejercitar la corrección con cancelación de dichos datos, sin necesidad de existir una justificación para ello.

iniciar de la obtención de los datos de los usuarios, como durante su tratamiento. No obstante, se ha de tener en cuenta que el modelo de creación y crecimiento empleado por este tipo de redes y, en general, por el modelo denominado web 2.0, no es el responsable del sitio web el que determina y aloja los contenidos en el mismo, sino que son los propios usuarios los que voluntariamente publican sus datos personales en la red.

En este sentido, y dado que la red social está formada esencialmente por tres elementos principales: software, datos personales e información sobre los usuarios, estas plataformas pueden presentar diversos riesgos en lo que respecta a la protección de datos personales, que se detallan a continuación:

- En ocasiones, los datos personales tratados por la red social pueden ser **comunicados, cedidos o puestos a disposición de terceros** por diversos motivos, desde su mantenimiento por servicios de hosting¹⁶, hasta su almacenaje o comunicación a terceros para llevar a cabo acciones de marketing directo.
- A pesar de que aparezcan publicados textos legales relativos a la protección de datos de los usuarios, es muy frecuente observar como dichos **textos legales no son comprensibles para un ciudadano medio** que no cuente con experiencia o formación jurídica. Los textos, además, suelen ser publicados en lugares de la plataforma de difícil localización y acceso.

Debe tenerse en cuenta lo ya expuesto por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) en su *Informe sobre buscadores de Internet*, publicado el día 1 de diciembre de 2007¹⁷, donde se establecía la necesidad y la obligación por parte de los prestadores de servicios de la Sociedad de la Información, de facilitar a los usuarios una información real y efectiva respecto al cumplimiento de las obligaciones legalmente dispuestas.

En este sentido, la AEPD destaca en su declaración el hecho de que la exigencia de información establecida en los artículos 4 y 5 de la LOPD son trascendentales desde el punto de vista del cumplimiento de la normativa vigente, pero que para que el cumplimiento sea pleno no basta con la

¹⁶ Servicio ofrecido por empresas consistente en prestar alojamiento dentro de sus servidores a las páginas web de otras empresas, con la finalidad de que almacenen información, videos, fotografías o cualquier tipo de datos que desean tener accesible en la Red. Existen varios tipos de servicio de hosting, algunos proporcionan servicios de alojamiento gratuito, de imágenes o virtuales, entre otros. Los principales tipos de alojamiento web son:

Compartido: Este tipo de servidores se encuentra compartido por varios usuarios de sitios web, lo cual resulta económicamente más atractivo para las empresas pequeñas. Otra ventaja más que ofrece el servicio compartido es la utilización de un solo ordenador para albergar varios dominios.

Dedicado: Proporcionan una mayor eficacia en el servicio ya que el cliente tendrá un servidor a su entera disposición dentro de un centro de datos, en el cual podrá alojar toda la información que desea y con una mejor conectividad a Internet.

Para más información relacionada con el concepto de Hosting, [visite el siguiente link, perteneciente al Observatorio de Seguridad de la Información del INTECO.](#)

¹⁷ Para más información relativa al informe, [puede descargarlo desde el sitio web de la AEPD.](#)

publicación de los contenidos en el sitio web, sino que haría falta que dichos textos legales adquirieran un mayor grado de relevancia entre los usuarios, de tal forma que se resalte lo máximo posible este tipo de información, localizándolos en lugares de mayor visibilidad para el usuario.

La propia AEPD enuncia diferentes circunstancias por las que las políticas de privacidad de muchos de los prestadores de servicios, a pesar de disponer de un altísimo grado de detalle en relación al tratamiento de datos de los usuarios, *“más bien podrían ser consideradas como virtuales o ficticias”*.

Entre las principales circunstancias que considera la Agencia a la hora de determinar la ineficacia de este tipo de información legal se encuentran las siguientes:

- No se destaca suficientemente en las páginas de inicio y en las fases de registro como usuario las políticas de privacidad que regulan el servicio.
- No se destaca en las páginas de inicio, ni en la información accesible a través de un enlace, cuáles son las consecuencias más relevantes sobre el uso y tratamiento de datos personales, ni del almacenamiento de estos datos en el ordenador a través de cookies¹⁸.
- Como ya se ha indicado, se trata siempre de textos legales de gran complejidad, haciéndose inteligibles para un usuario medio que no cuente con una formación o experiencia suficiente en el campo del Derecho.

Todo ello ha llevado a la generalización entre los usuarios del hecho de que los avisos legales y políticas de privacidad no sean leídos en la gran mayoría de casos y, en aquellos casos en los que son revisados por los usuarios, no son realmente comprendidos, por lo que no cumplen su objetivo principal, que es que el usuario conozca absolutamente toda la información relativa a la finalidad del tratamiento de sus datos personales y la gran cantidad de implicaciones que conlleva el tratamiento de los datos personales.

Por último, es importante destacar el hecho de que las principales redes sociales utilizadas en España no llevan a cabo el tratamiento de los datos personales en España o en la Unión Europea, sino que trasladan la información a terceros estados sobre los que la AEPD considera que no cumplen con los requisitos de seguridad exigidos por la legislación nacional.

Este hecho, a pesar de que pueda entenderse como una situación habitual en la red, en la que la información fluye sin demasiados problemas y de forma muy rápida,

¹⁸ Conjunto de datos que un servidor deposita en el navegador del cliente y que puede solicitar posteriormente para reconocerle a lo largo de una serie de visitas. Esto es, se trata de un pequeño archivo de texto que queda almacenado en el disco duro del ordenador y que servirá para identificar al usuario cuando se conecte nuevamente a esa página web. Su objetivo es registrar la visita del usuario y guardar cierta información. Para más información relacionada con el concepto de Hosting, [visite el siguiente link, perteneciente al Observatorio de Seguridad de la Información del INTECO.](#)

puede conllevar gravísimos problemas a los usuarios, cuyos datos pueden ser empleados de forma mal intencionada para la remisión de correo electrónico no deseado (*spam*), o la realización de estafas online (*phishing* o *pharming*, entre otros).

En lo que concierne a las **redes sociales**, y por lo que respecta al cumplimiento de la normativa en materia de protección de datos y siempre que se puedan encuadrar los servicios de aquellas en los ámbitos de aplicación de la LSSI-CE y/o de la LOPD, se establecen **las siguientes recomendaciones**:

- Se recomienda someter la plataforma online, así como el tratamiento de datos personales de los usuarios a una auditoría que garantice la adecuación plena del sitio web a la normativa vigente, así como que se someta el tratamiento de datos personales a una auditoría que garantice que dicho tratamiento es completamente legal.
- Disponer de una Política de Protección de Datos que sea claramente visible, completamente accesible y comprensible para los usuarios, en la que se disponga la siguiente información:
 - Datos del Responsable del Fichero.
 - Finalidad para la que se recaban los datos.
 - Derechos con los que cuenta el titular de los datos.
 - Forma de ejercer esos derechos.
 - Indicar qué datos son obligatorios y cuáles no.
- Que la Política sobre Protección de Datos se pueda imprimir o, en su caso, descargar.
- Que los usuarios deban aceptar expresamente la Política de Privacidad antes de que sus datos personales sean enviados al responsable de la Web y sean publicados en su perfil.
- Inscribir el fichero o ficheros que contengan datos personales recabados a través del sitio web en el Registro de la Agencia Española de Protección de Datos.
- Proporcionar medios gratuitos para el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos de carácter personal.

- Si se ceden o comunican los datos de carácter personal, se debe hacerlo cumpliendo con lo dispuesto en la LOPD¹⁹.

En lo que respecta a los **usuarios**, considerados en todo caso como la parte más débil en esta relación, las **recomendaciones** van orientadas en dos sentidos:

- Si se desea saber de qué datos dispone la red social sobre nosotros, o se desean actualizar o eliminar, se deberá ejercitar los derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación Oposición (ARCO).
- Si en el plazo de 10 días, o de 30 días en el caso del derecho de acceso, no hubiera sido atendida la solicitud o ésta no hubiera sido satisfactoria, se deberá proceder a denunciar ante la AEPD este hecho, siendo la Agencia la encargada de analizar y determinar el incumplimiento o no de la plataforma.
- Si recibe publicidad o información no deseada, o si por alguna circunstancia considera que sus datos han sido comunicados o cedidos a terceros sin su autorización, deberá ponerlo en conocimiento de la AEPD para que determine la existencia o no del incumplimiento de la obligación dispuesta en los artículos 19 a 22 de la LSSICE.

Intimidad y propia imagen

En segundo lugar, y según el grado de incidencia, se encuentra otro derecho fundamental, independiente del derecho a la protección de datos personales, aunque estrechamente relacionado, como es el derecho a la Intimidad y a la propia imagen que toda persona tiene.

La protección del Derecho Fundamental al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen²⁰ se encuentra regulada por Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen, cuya finalidad es la protección civil frente a todo género de intromisiones ilegítimas y no autorizadas expresamente por el titular y que afecten de forma directa a su honor, intimidad propia o familiar, así como a su imagen.²¹

Al igual que en la materia de protección de datos, la intimidad y la protección de la imagen de las personas se encuentra íntimamente relacionada con las redes sociales y otros sitios web colaborativos, dado que el objeto principal de éstos se centra en el intercambio de información, en muchas ocasiones personal y también relativa a terceras personas.

¹⁹ Art.11 y 12 de la Ley 15/1999 de 13 de Diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal.

²⁰ Art.18.1 de la Constitución Española de 1978.

²¹ La imagen cuenta con una doble protección en este sentido, dado que es objeto de protección por parte de la LOPD y por la Ley Orgánica 1/1982.

El aumento de las herramientas y aplicaciones para la publicación de material gráfico (fotografías y vídeos), así como la gran capilaridad y capacidad de viralidad²² de dichos contenidos, provocan que, una vez alojados en el medio digital, éstos sean inmediatamente accesibles por miles o incluso millones de usuarios.

La Ley Orgánica 1/1982 regula desde el punto de vista civil la protección de un derecho que, a pesar de encontrarse directamente relacionado con la protección de datos, cuenta con una regulación mucho menos amplia y compleja que ésta, pero que sin embargo dispone de un desarrollo jurisprudencial muy amplio y desarrollado.²³

A pesar de que en la parte final de la guía se tratarán los aspectos relativos a los menores de edad, la Ley Orgánica 1/1982 es específica en lo que respecta a este colectivo, indicando que exclusivamente sus representantes legales serán los que autoricen por escrito cualquier publicación de su imagen, debiendo notificarlo de forma previa a la Fiscalía de Menores²⁴.

Las redes sociales tienen gran parte de la responsabilidad en lo referido a la protección de la intimidad de sus usuarios. El adecuado diseño de la plataforma y de las herramientas puestas al servicio del usuario pueden ser suficientes para evitar o minimizar los problemas relacionados con la privacidad.



- La red social debe concienciar a sus usuarios de la importancia de ser respetuoso con el resto de usuarios y de no llevar a cabo actos que puedan vulnerar la intimidad de los mismos.
- De igual forma, la red social debe sancionar de forma ejemplar las acciones que vulneren la intimidad de cualquier tercero. Este tipo de actos deben sancionarse con la expulsión inmediata del usuario infractor.

²² Elevada capacidad de difusión de un mensaje o de un contenido.

²³ En este sentido, cabe señalar la *Sentencia de la Sala Civil del Tribunal Supremo de 18 de octubre de 2004*, condenó a una revista de ámbito nacional a pagar a los progenitores de una menor ingresada en un hospital público de Madrid una indemnización por divulgar fotos de su hija sin su autorización.

La *Sentencia de la Sala Civil del Tribunal Supremo de 7 de julio de 2004* en la que se desestima el recurso de casación presentado por una editorial frente a la sentencia dictada por el Juzgado de Primera Instancia de Bilbao que condenó a dicha empresa editorial a pagar una indemnización a dos menores por la publicación de una fotografía con su imagen, por considerarse un ataque a su honor y a su imagen.

La *Sentencia dictada por la Audiencia Provincial de Gijón de 31 de octubre de 2002* condenó a una productora discográfica, y a un fotógrafo a pagar una indemnización por violación del derecho al honor y a la propia imagen de dos menores de edad, como consecuencia de la utilización, sin consentimiento, de una fotografía de los niños en la carátula de un trabajo discográfico y en el material utilizado para la promoción del mismo.

²⁴ Según el art.3.2 de la Ley Orgánica 1/1982 de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen. " En los restantes casos, el consentimiento habrá de otorgarse mediante escrito por su representante legal, quien estará obligado a poner en conocimiento previo del Ministerio Fiscal el consentimiento proyectado. Si en el plazo de ocho días el Ministerio Fiscal se opusiere, resolverá el Juez.

- Toda red social debe establecer los canales necesarios de denuncia de contenidos para recibir las solicitudes de retirada.
- El canal de denuncia debe ser además efectivo, garantizando la atención de las solicitudes en un plazo de tiempo razonable, siendo más que recomendable la automatización del mismo si esto resulta posible.
- Igualmente, es recomendable facilitar medios de control de comentarios, de tal forma que para que los comentarios que se remitan aparezcan de forma pública sea necesaria la validación previa de los mismos por parte del titular del perfil.
- Por último, también es interesante facilitar sistemas de bloqueo de cuentas y usuarios, de tal forma que los propios usuarios de las redes sociales puedan evitar insultos o comentarios inadecuados bloqueando a aquellos usuarios con los que pueda tener cualquier conflicto.
- Los servidores donde se albergue la información sensible deberán contar con las medidas tecnológicas y organizativas que sean oportunas para garantizar que ésta no es accesible por ningún tercero no autorizado.

Si la plataforma permite el desarrollo de aplicaciones por parte de terceros, es necesario que exista una estricta política de privacidad, que impida que mediante este tipo de aplicaciones se vulnere en modo alguno los derechos de los usuarios.

Por su parte, **el usuario que vea vulnerada su derecho a la intimidad debe actuar de la siguiente forma:**

- En primer lugar, de forma inmediata debe ponerse en contacto con los administradores a través de los sistemas de denuncia con los que cuente la red social para que el video o la fotografía en los que aparezca el usuario sean eliminados inmediatamente, al no existir permiso expreso por parte del titular para su publicación. Del mismo modo, deberá solicitar la retirada del comentario o texto que atenta contra su intimidad.
- En segundo lugar, deberá ponerse en contacto con los buscadores que hayan indexado el contenido, para que procedan a su bloqueo o retirada, de tal forma que deje de aparecer dentro de los resultados en el momento de hacer las búsquedas.
- Por último, puede iniciar las actuaciones judiciales pertinentes ante los Tribunales Civiles, y en su caso, denunciar ante la Agencia Española de Protección de Datos el incumplimiento de la normativa de protección de datos de carácter personal. En cualquier caso, se recomienda preconstituir prueba

mediante depósito notarial de todos los contenidos mostrados a través de la web.

Propiedad Intelectual

La normativa en materia de propiedad intelectual tiene por objeto principal proteger los derechos de los autores sobre las obras artísticas, científicas o literarias que les correspondan por su mera creación²⁵, integrando derechos de carácter personal y patrimonial, que atribuyen al autor la plena disposición y el derecho exclusivo a la explotación de estas obras, sin más limitaciones que las establecidas en la legislación vigente²⁶.

El titular de estos derechos puede autorizar o no cualquier reproducción, puesta a disposición o transmisión de una obra de su repertorio, estando dicha autorización únicamente limitada por las excepciones dispuestas legislativamente²⁷ y que abarcan el derecho de cita, los trabajos de actualidad o las reproducciones provisionales y copias privadas, entre otras.

En este sentido, y aunque pudiera parecer que la propiedad intelectual poco tiene que ver con las redes sociales y sitios web colaborativos, nada más lejos de la realidad. Los sitios web como las redes sociales son plataformas centradas básicamente en el intercambio y puesta en común de información y contenidos.

Es la gran viralidad de estas redes y el fomento para la creación de plataformas de generación de contenidos multimedia, especialmente fotografías y vídeos, lo que ha provocado que la propiedad intelectual pase a ser en los últimos tiempos una de las cuestiones que, junto con la protección de datos y la protección de la intimidad de los usuarios, uno de los aspectos jurídicos principales en las redes sociales.



Son muchos los usuarios de este tipo de redes que alojan en éstas sus obras musicales o fotográficas con la única finalidad de promocionarlas de forma viral entre los millones de usuarios de la red y considerables los casos en los que importantes

²⁵ Art.1 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.

²⁶ Art.2 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.

²⁷ Art.31 y ss del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.

grupos musicales han sido parte implicada en situaciones jurídicas planteadas ante controversias respecto de la explotación de sus propias obras²⁸.

En este sentido, todos los usuarios deben atender a las condiciones de registro y especialmente a la regulación que en éstas se disponga en materia de propiedad intelectual e industrial, observando el tipo de cesiones de derechos que realizan y a favor de quién se realizan.²⁹

Las **redes sociales** deben considerar los derechos de propiedad intelectual de los usuarios y de los terceros para el funcionamiento normal de sus plataformas. Para ello deben seguir estas recomendaciones:

- Informar debidamente y hacer conscientes a los usuarios a través de las condiciones generales de registro, preguntas frecuentes y avisos espontáneos mostrados previamente al alojamiento de imágenes, vídeos y contenidos susceptibles de protección de los derechos de propiedad intelectual, de la naturaleza de los derechos de autor y de la importancia que tiene respetarlos.
- Facilitar a los autores la protección de sus derechos mediante sistemas de denuncia internos que garanticen la efectividad y rapidez de la comunicación.
- Ejecutar de forma inmediata a la hora de eliminar o, en su caso, bloquear contenidos protegidos por derechos de autor.

Por su parte, **los autores**, en caso de que entiendan que algún usuario o incluso que la red social ha vulnerado alguno de sus derechos de propiedad intelectual, deberá seguir las siguientes recomendaciones:

- Iniciar, de forma inmediata, la puesta en contacto con la red social en cuestión, denunciando el hecho, notificándolo de forma fehaciente, indicando el contenido protegido, la naturaleza y titularidad del mismo, exigiendo la cesación instantánea de la infracción³⁰

²⁸ El País, Una estrecha línea entre el derecho a la propiedad intelectual y el de privacidad, 08/09/2008 http://www.elpais.com/articulo/internet/estrecha/linea/derecho/propiedad/intelectual/privacidad/elpeputec/20080908elpepunet_3/Tes

²⁹ Un ejemplo de este tipo de cláusulas podría ser “El usuario cede en exclusiva a “XX” y para todo el mundo los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública sobre los contenidos que suministre a través del Sitio Web, así como el de modificación para adaptarlos a las necesidades editoriales de “XX”, y garantiza además la legítima titularidad o facultad de disposición sobre dichos derechos.”, suponiendo que los derechos de propiedad intelectual son completamente cedidos a la plataforma.

³⁰ Art.139 Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.

- En su caso, acudir a los órganos jurisdiccionales que resulten oportunos requiriendo la cesación inmediata de la infracción, así como las medidas cautelares indicadas por la Ley³¹.

La protección jurídica de los menores de edad en las redes sociales

Según el Informe de abril de 2007, Teens, Social Networks & Safety de Pew Internet and American life Project³², el 93% de los norteamericanos de entre 12 y 17 años utilizan Internet, de los cuales un 55% utiliza las redes sociales.

Por otro lado, es esencial destacar que el 77% de los menores que utilizan redes sociales tienen visible su perfil público, de los cuales un 59% afirma que sólo pueden ver su perfil sus amigos.

Una cifra preocupante, si se tiene en cuenta que se han detectado en los últimos tiempos redes de pedofilia que emplean las redes sociales como plataformas para contactar con menores de edad.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 12 de la Constitución Española, la mayoría de edad se establece a partir de los 18 años.

De igual forma, el artículo 39 establece que *“los niños gozarán de la protección prevista en los acuerdos internacionales que velan por sus derechos”*, lo que se refleja en la incorporación al ordenamiento jurídico español de la Convención del 20 de noviembre de 1989 sobre los Derechos del Niño, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas.

Por su parte, la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, que modifica parcialmente el Código Civil y la Ley de Enjuiciamiento Civil, establece que los menores tienen derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Este derecho comprende también la inviolabilidad del domicilio familiar y de la correspondencia, así como del secreto de las comunicaciones.



A su vez, la difusión de información, utilización de imágenes o nombre de los menores en los medios de comunicación, que puedan implicar una intromisión ilegítima en su intimidad, honor, propia imagen, o que sea contraria a sus intereses, determinará la

³¹ Art.139, 140 y 141 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.

³² Descarga del informe disponible desde el [sitio web de la entidad Pew Internet and American life Project](#) .

intervención del Ministerio Fiscal, que instará de inmediato las medidas cautelares y de protección previstas en la Ley, tales como la retirada o bloqueo inmediato de los contenidos, solicitando inmediatamente las indemnizaciones que correspondan por los perjuicios causados.

Por otro lado, los menores gozan del derecho a la libertad de expresión en los términos constitucionalmente previstos extendiéndose este derecho a los casos de publicación y difusión de sus opiniones, entre otros casos. Esta libertad de expresión tiene también su límite en la protección de la intimidad y la propia imagen del menor.

Los menores tienen derecho a recibir de las Administraciones Públicas la asistencia adecuada que permita el efectivo ejercicio de sus derechos y que garantice su respeto. Así, para la defensa y garantía de sus derechos, el menor tiene la posibilidad de:

- Solicitar la protección y tutela ante el Defensor del Menor, la Fiscalía de Menores y la Consejería de Asuntos Sociales, así como de los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado en los casos en los que sea necesario.
- Poner en conocimiento del Ministerio Fiscal las situaciones que considere que atentan contra sus derechos, con el fin de que éste promueva las acciones oportunas.
- Plantear sus quejas ante el Defensor del Pueblo. A tal fin, uno de los Adjuntos de dicha institución se hará cargo de modo permanente de los asuntos relacionados con los menores.
- Solicitar los recursos sociales disponibles de las Administraciones Públicas.



A su vez, la Ley Orgánica 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial, establece en el artículo 22.3 que, en el orden civil, los juzgados y tribunales españoles serán competentes en materia de incapacitación y de medidas de protección de la persona o de los bienes de los menores o incapacitados, cuando éstos tuviesen su residencia habitual en España.

Otra manera de proteger al menor en las redes sociales es a través de un correcto manejo de sus datos personales. Según la Agencia Española de Protección de Datos, los mayores de catorce años disponen de las condiciones de madurez precisas para consentir, por sí mismos, el tratamiento automatizado de sus datos de carácter personal. Al respecto, el Reglamento de Desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, es claro al establecer en

su artículo 13 que se podrá proceder al tratamiento de los datos de los mayores de catorce años con su consentimiento, salvo en aquellos casos en los que la Ley exija para su prestación la asistencia de los titulares de la patria potestad o tutela. En el caso de los menores de catorce años se requerirá el consentimiento de los padres o tutores.

Es importante anotar que, en ningún caso, podrán recabarse del menor datos que permitan obtener información sobre los demás miembros del grupo familiar o sobre las características del mismo, como los datos relativos a la actividad profesional de los progenitores, información económica, datos sociológicos o cualesquiera otros, sin el consentimiento de los titulares de tales datos. No obstante, podrán recabarse los datos de identidad y dirección del padre, madre o tutor, con la única finalidad de recabar la autorización prevista en el apartado anterior.

El Reglamento también establece que, cuando el tratamiento se refiera a datos de menores de edad, la información dirigida a los mismos deberá expresarse en un lenguaje que sea fácilmente comprensible por aquéllos.

El análisis de varias redes sociales, muestra que, si bien para acceder a las mismas hay que indicar la edad y el contenido de la casilla de seguridad, algunas no establecen ninguna otra medida para verificar la edad.

Este hecho conlleva una primera barrera para la efectividad de las medidas de control, ya que en las redes sociales que no tienen como público objetivo a usuarios mayores de edad, se han fijados límites de edad más bajos, como por ejemplo los 13 años en el caso Facebook ó 14 años en el caso de Wamba³³. La mayoría tiene la posibilidad de configurar sus opciones de privacidad, pudiendo elegir qué datos aparecen y el tipo de usuarios para los que estarán disponibles.



En todo caso, y como puede imaginarse, la problemática que se deriva de la posibilidad de uso de estas plataformas por cualquier usuario, sea éste mayor o menor de edad, y de la posibilidad de falsear respecto de la edad, genera una expectativa bastante razonable de peligro en lo referido al tratamiento de los datos de carácter personal tanto propios del menor como de sus familiares y allegados.

³³ En ambos casos nos encontramos en una “*minoría de edad cualificada*” en la que según la normativa vigente, los menores no cuentan con capacidad suficiente para decidir.

Principales riesgos y recomendaciones

Como se indica en la Declaración de los Derechos del Niño³⁴, “el niño, por su falta de madurez física y mental, necesita protección y cuidado especiales, incluso la debida protección legal, tanto antes como después del nacimiento”.

Sin embargo, en el contexto de las redes sociales dicha protección tiene una connotación especial, toda vez que estas dan pie a que terceros consigan información valiosa que puede perjudicar al menor (y a terceros como sus padres o amigos), de formas tan diversas como el intercambio de pornografía infantil, acoso a menores, robo de datos personales, otros robos y suplantaciones de identidad, etc.

En este sentido, las redes sociales se encuentran ciertamente en una situación de indefensión, dado que la normativa vigente exige que el tratamiento de datos de menores de 14 años deberá ser previamente autorizado por parte de sus padres o tutores legales, emplazando a la plataforma a que instale sistemas que garanticen que se ha comprobado de forma efectiva la edad de los usuarios y la autenticidad del consentimiento prestado por los padres o tutores legales.

Esto, junto a requisitos como la exigencia de la notificación previa a la Fiscalía de Menores de la publicación de la imagen de un menor de edad, hacen que el cumplimiento por parte de los usuarios y de los prestadores de servicios de la Sociedad de la Información de la normativa vigente resulte complicado de materializar.

No obstante, muchas redes sociales y plataformas colaborativas han comenzado a implantar medidas técnicas para detectar la edad de sus usuarios. También están implantando medidas para evitar que determinados contenidos sean mostrados a aquellos usuarios que, en el registro, hubieran indicado su minoría de edad.³⁵



En la protección de los menores en estos entornos (redes sociales y sitios web colaborativos) deben tomarse en consideración ciertas recomendaciones mostrándose segmentadas por público objetivo en el entorno del menor: profesores, padres y tutores y aquellas que van dirigidas a los propios menores.

³⁴ Preámbulo de la *Declaración de los Derechos del Niño*, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 20 de noviembre de 1959

³⁵ Un ejemplo de este tipo de medidas es el software desarrollado por la compañía Guardaware de Estados Unidos. El software en cuestión, denominado Ishield, que permite la detección y bloqueo de cualquier tipo de contenido que sea considerado pornográfico. El sistema emplea un complejo algoritmo que analiza el color de cada uno de los píxeles de las imágenes, de tal forma que siempre que el número de píxel de color de la piel supere un determinado número, será bloqueada, siendo el usuario administrador del sistema el encargado de determinar si el contenido debe ser bloqueado o no. Para más información, visite el siguiente link http://www.guardawareinc.com/is_overview.php.

Las **recomendaciones orientadas a padres y tutores** sobre el uso de las redes sociales se basan en establecer y mantener una comunicación continua con los menores respecto a su relación con Internet.

- Resulta fundamental la concienciación y formación de los menores, debiendo dialogar con ellos, informándoles respecto a los peligros existentes en Internet.
- Las redes sociales pueden ser muy beneficiosas para la vida social de los menores y adolescentes, pero es importante controlar y limitar el tiempo que éstos pasan delante del ordenador.
- Acompañar a los menores en su navegación por las redes sociales, en particular, y por Internet, en general.
- Deben tomarse con interés las actividades de sus hijos en Internet, preguntándoles si conocen gente y comprobando que su actitud es normal.
- En el caso de que un menor conozca gente a través de una red social, los padres y tutores deben saber quienes son. Para ello, deben preguntar a sus hijos naturalmente y no mostrarse en principio preocupados o angustiados porque establezca este tipo de amistades (para ellos es algo absolutamente natural).
- Es recomendable aprender, junto con los hijos, a utilizar las redes sociales. De esta forma, no sólo podrá orientarles mejor en su uso, sino que también contará con el control sobre la situación y conocerá verdaderamente el alcance y posibilidades de las redes sociales.

De esta forma, la concienciación e información acerca de las posibilidades que Internet pone a nuestro alcance a través de funcionalidades como las redes sociales, la mensajería instantánea, los blogs, etc; se convierte en herramienta clave para el *disfrute seguro* de las mismas.

En este sentido, el INTECO a través de su [Observatorio de la Seguridad de la Información](#), como referente nacional e internacional al servicio de los ciudadanos, empresas y administraciones españolas tiene como objetivo describir, analizar, asesorar y difundir la cultura de la seguridad y la confianza de la Sociedad de la Información, y dentro de su plan de actividades acomete labores de investigación, análisis, estudio, asesoramiento y divulgación en dicha materia.

Para el caso particular que nos ocupa en esta guía cabe citar los siguientes contenidos del Observatorio de la Seguridad de la Información de INTECO mediante la elaboración de artículos y guías divulgativas para el colectivo de menores, padres y tutores en el ámbito de la seguridad en Internet, en particular, y de la Sociedad de la Información, en general:

- Notas y artículos:

[La utilización segura de la mensajería instantánea por parte de los adolescentes](#)

[Los controles parentales: cómo vigilar a qué contenidos de Internet acceden nuestros hijos](#)

- Guías Legales:

[Guía para la protección legal de los menores en el uso de Internet](#)

- Si se sospecha que algo extraño le ocurre a alguno de los menores y se piensa que puede existir alguna relación con el uso de redes sociales, debe ponerse en contacto con un especialista.
- Pueden instalar, si fuera necesario, aplicaciones de control parental. Actualmente existe una gran cantidad de estas herramientas que permiten controlar y filtrar los accesos a la Red.

En www.inteco.es, [sección INTECO-CERT – Centro de Respuesta a Incidentes en TI para PYMEs y Ciudadanos](#) - se ha recogido una recopilación de útiles o herramientas que pueden ser de utilidad para prevenir ataques e infecciones en su PC. Así, se ofrece un listado de aplicaciones gratuitas de control parental que pueden resultar interesantes a los usuarios, con una exposición detallada de las diferentes técnicas de filtrado de contenidos utilizadas por las herramientas.

Dadas las estadísticas enunciadas anteriormente sobre el número de usuarios **menores de edad**, que utilizan con cierta frecuencia las redes sociales y las webs colaborativas, se les recomienda la adopción de las siguientes medidas:

- Evita utilizar redes sociales que no conozcas o que no te den seguridad al verlas. Si una persona te invita a utilizar una red social infórmate muy bien sobre ella antes de utilizarla, para ello puedes utilizar cualquier buscador introduciendo el nombre de la red social.
- Se honesto con tu edad. Si eres menor de edad no te gustaría ser amigo o hablar con personas mayores con las que tienes muy poco que compartir, y con las que no podrás entablar amistad.
- No utilices datos de otras personas para elaborar un perfil en una red social, piensa que estarías suplantando la identidad de otra persona, lo que es un delito en muchos países.
- Evita insertar datos en tu perfil que permitan identificarte a ti o a tu familia directamente o que puedan permitir a una persona llamarte por teléfono o

incomodarte de cualquier otra forma. Haz un perfil que te permita conocer gente con la que puedas contactar posteriormente sólo cuando tú decidas.

- Restringe tu perfil de tal forma que sólo puedan verlo tus amigos o tú mismo, no lo dejes a la vista del público en general.
- Cuando escribas a otras personas o tengas cualquier otra actividad, compórtate de la misma forma que lo harías en la vida normal, sin insultar o utilizar malas expresiones o actitudes con el resto de los usuarios.
- No admitas a personas que no conoces.
- Evita reuniones con extraños. Si por cualquier causa tienes que reunirte con un amigo de la red, que sea en un lugar público y acompañado de un familiar.
- Revisa los comentarios que te remiten. Si tu red social permite el envío de comentarios, lee de vez en cuando los comentarios. En el caso de que exista alguno inadecuado o extraño, denúncialo a la red social, bloquea a la persona y, sobre todo, evita responder a los comentarios que tengan por objeto provocarte.

Enlaces de Interés

<http://www.defensordelmenor.org/>

<http://www.pantallasamigas.net/>

<http://www.protegeles.com/>