

Datos *online*, teléfonos inteligentes y jóvenes en Cataluña (España)

Héctor Navarro Güere, Eulàlia Massana Molera

Grupo de investigación Konekto.

Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya, España.

hector.navarro@uvic.cat; eulalia.massana@uvic.cat

Resumen

En la comunicación móvil se genera información aparentemente aislada que conforman perfiles de personalidad y comportamiento, y el uso de *smartphones*, tabletas y el consumo de redes sociales tienen un efecto multiplicador. Esta comunicación estudia la naturaleza, confianza y concienciación sobre la información mediada por dispositivos móviles por parte de los jóvenes. Metodología: Encuesta *online* y grupos de discusión (jóvenes de 18-32 años, residentes en Cataluña, España). Conclusiones: Existen cuestiones que afectan a la privacidad de los usuarios como la preocupación de cómo ellos mismos y otros usan sus datos, y su participación activa sin pensar en las consecuencias.

Palabras clave: Datos, Información digital, Teléfonos móviles, Jóvenes, Privacidad.

Data, Smartphone and Young People in Catalanian (Spain)

Abstract

In the mobile communication apparently isolated info is generated and this info makes up personality profiles and behaviors and the use of smartphones, tablets and consumption of social media have a multiplying effect. This paper studies the nature, confidence and awareness of

information mediated by mobile devices by young people. Methodology: Online survey and focus groups (youth people, 18-32 years old, living in Catalonia, Spain). Conclusions: There are issues that affect the privacy of users as the concern on how they and others use their data, and their active participation without thinking of the consequences.

Keywords: Data, Digital Information, Smartphones, Youth people, Privacy.

1. INTRODUCCIÓN

La incursión del teléfono móvil en la ecología de medios ha significado un importante impacto a todos los niveles, donde los más jóvenes lo conforman como parte fundamental de su vida cotidiana. La “generación de lo inmediato” (García-Galera y Monferrer-Tomás, 2009), “nativos digitales” (Prensky, 2001) o la “Generation Me” (Twenge, 2006) han encontrado en los dispositivos móviles el artilugio para consagrar su condición y esto nos introduce en problemáticas específicas que van más allá de los análisis acerca del uso comunicativo del teléfono.

La utilización de los dispositivos móviles permite estar constantemente conectados y disponibles, y esto crea nuevas dinámicas donde parece pertinente plantear nuevas aproximaciones de carácter teórico y analítico. Esto contempla las dimensiones individuales y sociales en sus usos y funciones teniendo en cuenta que se accede a la tecnología cada vez a edades más tempranas y que esta práctica se está consolidando en nuestra sociedad (García-Galera y Monferrer-Tomás, 2009). El estado de contacto permanente permite crear una red de protección similar a la de las sociedades tradicionales donde las personas mantienen una “intimidad nómada” dentro de un sistema social basado menos en la locación y más en sí mismos, así que se puede mantener el contacto estando en movimiento (Fortunati, 2002). Estas rutinas de la actividad *online* no son estériles; con ellas se crea, alimenta y conserva huella digital. Internet no olvida nada (Figura 1).



Figura 1. Información personal y funciones de la comunicación móvil

Fuentes: Feijóo y Gómez-Barroso (2013); García-Galera y Monferrer-Tomás (2009) y aportes propios.

2. DATOS PERSONALES Y PRIVACIDAD, LEGISLACIÓN Y DINÁMICAS SOCIALES

La “esfera líquida”¹ favorece la recolección de datos de información personal. La “intimidad nómada” está constantemente delimitando las fronteras de la esfera del ecosistema mediático. Su frontera está estrechamente ligada a la capacidad de gestionar la obstinación, teniendo en cuenta la importancia de la acción de la prioridad temporal como una variable relevante en el proceso. Además, el equilibrio entre la autenticidad, el anonimato, la privacidad y la funcionalidad se consideran elementos clave que tratan de distinguir lo que puede definirse como público o privado (Serrano-Tellería y Oliveira, 2015). Basta con marcar la casilla de aceptación para ceder los derechos de una gran cantidad de datos personales a empresas intermediarias que a menudo también obtienen el permiso de compartirlas con terceros (Roura y Ferré-Pavia, 2014).

La suma de datos aparentemente aislados conforman un perfil cada vez más personal a través de la agregación, indexación y etiquetado, y que esto tienen un efecto multiplicador (Cortes, 2013). Realmente, los usuarios tienen poca idea sobre los datos que se están recopilando y mucho menos compartiendo. La gestión de la protección de la privacidad no es suficiente cuando los usos secundarios de los datos masivos pueden revertir en la ingeniería del pasado, el presente e incluso futuras violaciones de la intimidad, la confidencialidad y la identidad (Richards y King, 2014).

La noción de datos personales se vincula con la privacidad. Es un tema con múltiples implicaciones. Desde un punto de vista sociocultural, la privacidad no necesariamente supone que el usuario adopte más medidas de protección de datos en la red; supone una dimensión que evoluciona y eso demuestra que cualquier regulación, norma o solución al desafío propuesto debe tener una vertiente sociocultural, que cambia sustancialmente entre países y tradiciones (Roura y Ferré-Pavía, 2014; Reay, Beatty, Dick y Miller, 2013).

En su sentido más estricto, la privacidad está definida como el derecho de las personas a controlar o influir sobre cómo la información relacionada con ellos puede ser divulgada. También puede definirse desde la visión de las instituciones donde la privacidad puede ser concebida por la protección de su competitividad, su soberanía y sus usuarios. En estas dos interpretaciones, la privacidad es una preocupación primordial para quienes deseen explorar el uso de grandes volúmenes (Letouz, 2012). Partiendo que toda exposición es un riesgo, la gestión de éste puede ser proactivo y reactivo; y puede centrarse en las acciones del usuario y/o en el diseño socio-tecnológico de la red social *online*. Incluso el riesgo que puede considerarse “aceptable” o puede haber impedimentos políticos o económicos no relacionados con la evaluación de riesgos (Livingstone, 2013). De todas las formas, no solo se puede entender el derecho fundamental a la protección de datos desde un punto de vista pasivo; cada día tratamos datos de otras personas en internet (AEPD, 2015).

Desde el punto de las implicaciones legales, los datos masivos que generan los usuarios plantean una serie de desafíos a las operadoras, a las instituciones, a los mismos usuarios y, claro está, a la misma industria cultural, que es necesario acometer en términos de mejora de los mecanismos técnicos de protección de la intimidad, privacidad, autenticación, encriptado, provisión de un sistema estable y fiable de alerta acerca del consumo de los menores, o desarrollo de sistemas de filtrado de los contenidos por edades (García-Galera y Monferrer-Tomás, 2009).

También existe la diferencia ideológica que ha marcado históricamente el debate sobre la privacidad en el entorno *online*: la legislación europea en cuanto a protección de datos tiende a tener un papel de defensa del usuario versus a la postura de EE.UU. quién considera que internet es la herramienta por excelencia de la libertad de expresión (Roura y Ferré-Pavía, 2014).

En este sentido, la protección de los datos privados se ha convertido en una importante preocupación para los usuarios, y entre usuarios de varios países europeos, son los españoles quienes últimamente han demostrado una mayor inquietud en torno al uso que se hace de sus datos personales en Internet (Pantallas amigas, 2015).

Desde el punto de vista de la literatura científica centrada en la percepción de los usuarios, queda claro que la privacidad en internet es un debate vigente (Pérez-San-José, Álvarez-Alonso, de-la-Fuente-Rodríguez y Gutiérrez-Borge, 2012; Suárez, Gómez-Hidalgo y Peláez-Álvarez, 2014). Alguna investigación habla de la falta de control sobre cómo y quién accede a los datos y contenidos publicados en sus dispositivos móviles (Serrano-Tellería y Oliveira, 2015), donde se concluye que los usuarios consultados parecen no tomar muchas medidas para prevenir esa falta de control, excepto en el uso de la geolocalización y el acceso a la lista de contactos al instalar o configurar aplicaciones móviles (Apps). Precisan los investigadores que son volátiles y ambiguos los “Términos y condiciones” cuando se instalan App en nuestros dispositivos móviles. Afirman que Google no puede garantizar la eliminación plena de la cuenta la información de los usuarios y ninguna de Apps analizadas especifica una política de protección de datos, dejando esta cuestión al criterio del usuario. En cuanto a la privacidad en los sistemas operativos de los *smartphones*, esta investigación revela que en el sistema iOS (entorno cerrado) puede controlar los datos del usuario de las Apps y plataformas mientras que en el sistema Android (entorno abierto) esto se puede hacer dependiendo de lo permisivo de cada App y plataforma, así como su relación con Google como intermediario. Otra diferencia importante entre ambas es que después de aceptar la instalación de una App, sólo a través de los *smartphones* iOS se podría alterar las “Configuraciones de privacidad”, mientras que en los *smartphones* Android se tienen que reinstalar las Apps, si no esta de acuerdo con todo el paquete anteriormente aceptado (Serrano-Tellería y Oliveira, 2015).

2.1. La investigación sobre niños y jóvenes en España

Sobre el uso y el riesgo en el tratamiento de la información personal de los menores y jóvenes es una problemática supranacional que en España se ha venido trabajado desde la irrupción de internet y desde diferentes frentes (García-Jiménez, Cruz-López y Gaona-Pisonero, 2011). Se pueden mencionar los numerosos informes editados tanto por institu-

ciones como por onegés donde se ha estudiado la seguridad infantil y las costumbres de los menores en internet (ACPI-Protégeles, 2002; Defensor del Pueblo, 2010; Observatorio de la Seguridad en la Información, 2009; Pantallas amigas, 2015; INTECO, 2012). También se encuentran investigaciones sobre uso de las redes sociales y los posibles problemas de privacidad, sobretodo en la seguridad de los usuarios más jóvenes, ciberacoso escolar y otros riesgos (Colás, González y Pablos-Sevilla, 2013; Parra, Gordo y D'Antonio, 2014; San-José, Gutiérrez-Borge, de-la-Fuente-Rodríguez y Álvarez-Alonso, 2012; Almansa, Fonseca y Castillo, 2013; Cánovas, García-De-Pablo, Oliaga-San-Atilano y Aboy-Ferrer, 2014). En esta línea, partiendo que los beneficios que brinda internet son amplios y positivos para los niños, Livingstone (2013) sostiene que la existencia de esas mismas oportunidades puede dar lugar a un resultado negativo de exclusión digital y que se debe abordar los retos del riesgo *online* desde la adopción de medidas tanto para mejorar el diseño del entorno *online* y para mejorar la capacidad de recuperación de los niños.

Desde la perspectiva tecnológica, muchas de las Apps que se instalan en los dispositivos móviles no informan sobre qué datos van a recoger y con qué finalidad. Tampoco se sabe en qué condiciones son almacenados muchos de esos datos. Al margen de esta realidad, varias aplicaciones no son diseñadas con los medios técnicos necesarios para ofrecer unas medidas de seguridad aceptables, y se limitan a advertir a sus usuarios que “aplicaciones maliciosas podrían acceder a su información” (Cánovas, *et al.*, 2014: 18).

Desde la perspectiva sociocultural, algunos investigadores vinculan el impacto de los dispositivos móviles entre los más jóvenes basándose en los conceptos sociológicos de grupo y de relaciones primarias que provocan entre adolescentes dos urgentes necesidades: de identidad y de comunicación (Battle, 2007; Serrano-Terrería y Oliveira, 2015). Respecto a la primera, necesitan definir y sentir quienes son: jóvenes entre jóvenes, en un espacio propio intransferible, privado y separado de los padres. Y respecto a la segunda, la necesidad de comunicación va encaminada a construir su entramado social de valores, normas y comportamientos. En esa construcción de su identidad, los jóvenes encuentran en las redes sociales un espacio virtual que emocionalmente gratifica y que permite expresar sus pareceres, sentimientos y percepción que los otros tienen de ellos. Esto se ajusta al modelo que las motivaciones de uso de las redes sociales pertenecen a la esfera de intereses personales,

así como a necesidades sociales de tipo relacional (Notley, 2009; Colás *et al.*, 2013, Ferré-Pavía y Bernal-Triviño, 2014). De igual forma, los entornos *online* son espacios de intercambio donde se integran varias fuentes de información personal y donde los jóvenes tienen la tendencia al aumento de expresión de su identidad en la Red.

Sobre la temática específica de esta investigación, la literatura científica no es unívoca. Algunas investigaciones reflejan que los niños y jóvenes leen las políticas de privacidad de las páginas de internet en las que le piden sus datos para registrarse, y otras investigaciones indican que son previsores y mantienen algunas medidas de seguridad, aunque de forma autodidacta o a través de instrumentos ajenos a internet (Catalina-García, López-de-Ayala-López y García-Jiménez, 2014).

3. PROPÓSITO, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El propósito de esta comunicación ha sido conocer la percepción de los jóvenes residentes en Cataluña sobre la información personal a la que acceden, gestionan y crean con sus dispositivos móviles. Para ello los objetivos principales han sido (1) Conocer el uso y consumo de comunicación móvil en aplicaciones que registran datos personales; (2) Cómo es su participación, prácticas de riesgo y confianza de las interacciones con sus dispositivos móviles y sus aplicaciones y (3) Conocer el grado de concienciación sobre lo que hacen terceros con su información personal (operadoras, redes sociales, instituciones).

La metodología aplicada ha sido una encuesta *online* donde participaron 103 personas de las cuales 90 encuestas fueron válidas. Se calcularon medias ponderadas para las respuestas de escala Likert para poder determinar si las diferencias observadas eran estadísticamente significativas.

Las variables sociodemográficas fueron: género (mujeres: 58%; hombres: 42%), edades (entre los 18 y 32 años, con una media de 22,7 años de las mujeres y 23,1 años de los hombres), formación universitaria (90,4% de las mujeres y 74% de los hombres) y no universitaria (9,6% de las mujeres y 26% de los hombres); viven con “Mi familia” (59% de las mujeres y 50% de los hombres), viven con “Compañeros de piso” (35% de las mujeres y 55% de los hombres), principalmente. Respecto a su lugar de residencia, el 77% viven en Barcelona, el 26% en Girona, y el 1% en Lleida. Sobre el tipo de dispositivo móvil: 68% dispone de *smartpho-*

ne y el 32% de *smartphone* y tableta, conjuntamente (Calendario de ejecución: primer semestre de 2014 y primer semestre de 2015).

La segunda fase de la investigación comprendió la conformación de tres grupos de discusión (6 personas cada uno, con participación proporcional por género y por tenencia de dispositivos móvil) para ahondar y matizar las opiniones de los jóvenes (Calendario de ejecución: primer semestre de 2015).

Respecto al enfoque, se ha centrado en la interpretación que hacen los jóvenes. La pertinencia de estudiar este sector poblacional se justifica en el hecho de que son éstos los que cada vez y con mayor frecuencia se expresan a través de la comunicación *online* y la utilización de las redes sociales, en particular. Para los jóvenes son especialmente relevantes estas nuevas dinámicas en tanto que priorizan estas formas de comunicación respecto a las tradicionales, basadas en el contacto personal directo.

4. TRABAJO DE CAMPO: PERCEPCIÓN DE LOS JÓVENES SOBRE LA SEGURIDAD DE LAS COMUNIDADES *ONLINE* MÁS USADAS

Sobre la seguridad de los datos personales en las comunidades *online* citadas por los encuestados como las más usadas (pregunta abierta), las respuestas quedan muy repartidas en diez aplicaciones. El resto, destaca la respuesta de “En ninguna”, por encima de todas: “En ninguna” (18,87%) y también Instagram (13,21%); correo electrónico (11,32%); Whatsapp (9,43%); Facebook (9,43%); “No lo sé” (7,55%); You Tube (5,66%); Twitter (5,66%) (Figura 2).

Las mujeres y los hombres no citan exactamente las mismas comunidades *online*. En el caso de las mujeres, los datos son: “En ninguna” (17,86%); Instagram (14,29%); correo electrónico (10,71%); Whatsapp (10,71%); Facebook (7,14%); “No lo sé” (7,14%); You Tube (7,14%); etc. En el caso de los hombres: “En ninguna” (20%); Instagram (12%); correo electrónico (12%); Facebook (12%); Whatsapp (8%); “No lo sé” (8%); Twitter (8%); etc.

De los grupo de discusión con jóvenes, sobre la seguridad en internet o cuando usan sus dispositivos móviles destacan las expresiones: “No lo piensas” (Nil, 23 años); “Sobrevives a la inseguridad. Lo intentas llevar como puedes” (Meritxell, 20 años).

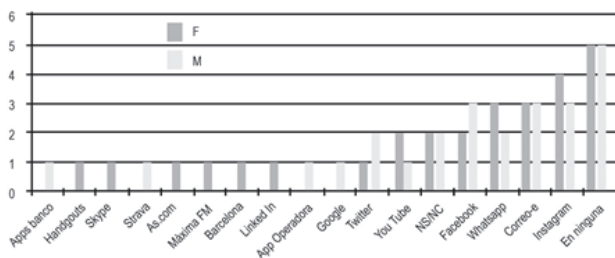


Figura 2. Comunidades online donde consideran que sus datos son más seguros, por género

Fuente: Elaboración propia.

Cuando hago algo no lo pienso. Simplemente estoy y ya está. No me pasa por la cabeza que debería haber una seguridad, un riesgo, un peligro, con mis datos, sinceramente. Después sí que [pienso] debería ir con más cuidado, ya saben qué hago, dónde estoy... (Clara, 20 años)

Lo máximo [en seguridad que puedes optar] es navegar en privado. Ya está. Es lo máximo que hay (Lara, 24 años).

Seguras, seguras, no. Pero pienso que es una herramienta que podemos utilizar para hacer contactos, o sea que podemos acceder muy fácilmente a gente muy importante [...] bueno, rápido y fácil (Cristina, 19 años).

Evidentemente hay [...] inseguridad pero doy mi voto de confianza a la herramienta [App] que estoy utilizando cada día [...] Sí confío en las redes sociales [...] son muy útiles, y si tendría que desconfiar de una cosa que utiliza todo el mundo entonces creo que estaría cometiendo un error (Mónica, 20 años).

Una chica entiende por seguridad en internet:

Para mi [...] es saber que nadie me está mirando [mientras navego] en ese momento, o que no estoy dejando un rastro... Que parece que tienes algo que ocultar cuando te preocupas por la seguridad pero... todo lo que quiero ocultar es lo que no quiero mostrar, y eso es como debería entenderse la privacidad en internet. Lo que no quiero mostrar es lo que no quiero mostrar de verdad. Lo que yo no comparto es lo que no se debería ver... y eso es seguridad (Toni, 24 años).

4.1. Sobre la confianza por las Apps en sus dispositivos móviles

A la pregunta sobre el grado de confianza por los datos en una lista cerrada de Apps (0: nada de confianza; 4: total confianza), se notó que aunque los valores entre mujeres y hombres no son los mismos (Figura 3), sí que siguen el mismo orden: Apps de video (You Tube, Vimeo,...) (1,96%); Apps de chats (Face time, Hang outs, Line, Skype, Telegram, Viber, Whatsapp,...) (1,91%); Instagram (1,54%); Twitter (1,53%); Facebook (1,43%); Google+ (1,27%); Linked In (1,07%); Pinterest (0,90%); Flickr (0,84%); Tuenti (0,56%). Se observa que en general los chicos dan un mayor puntuación a la confiabilidad de las aplicaciones,

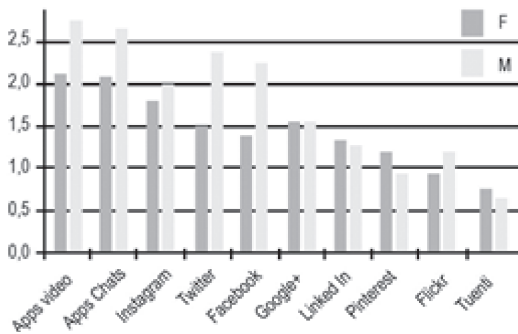


Figura 3. Grado de confianza en las Apps usadas a través de dispositivos móviles, por género

Fuente: Elaboración propia.

excepto en Google+, Linked In, Pinterest y Tuenti.

A pesar de lo que observa en la imagen, en el análisis estadístico de la comparativa de medias no se obtuvo significancia en las diferencias entre mujeres y hombres respecto a la confianza en Facebook y Twitter.

4.2. Sobre las condiciones legales y uso de los datos personales de las Apps

Por norma general, los encuestados (figura 4): cuando adquieren una nueva App su comportamiento respecto a las condiciones legales es “Acepto las condiciones, sin más” (80,77% mujeres; 92,1% hombres);

“Leo el contrato y bases legales de la App” (15,38% mujeres; 5,26% hombres); “No me importa / Me da igual” (3,85% mujeres; 2,63% hombres).

Sobre el uso que hacen terceros de los datos personales y de consumo, las respuestas fueron: “No los usan” (50% mujeres; 44,74% hombres); “No me importa / Me da igual” (3,85% mujeres; 10,53% hombres); “Si los usan” (46,15% mujeres; 44,74% hombres).

Sobre si los datos personales son tratados con seguridad por las operadoras móviles (0: nada de confianza; 4: mucha confianza), las medias ponderadas fueron muy parecidas entre las mujeres (2,06) y los hombres (2,03).

También se preguntó sobre el tipo de uso que se cree que se hace de sus datos personales y de consumo. Las respuestas no tuvieron grandes diferencias entre mujeres y hombres: “Fines comerciales” (41,71%); “Fines estadísticos” (39,57%); “Fines para mejorar el servicio” (15,51%); “No me importa / Me da igual” (1,61%); “No se hace uso de mis datos” (1,61%).

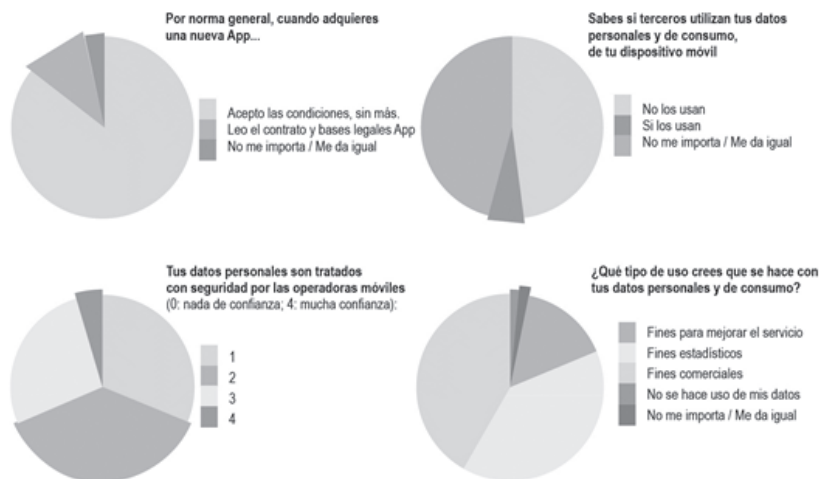


Figura 4. Opinión sobre las condiciones legales, uso de los datos personales y consumo en las Apps

Fuente: Elaboración propia.

Así pues, por norma general los jóvenes no leen las condiciones legales, están divididos entre si terceros usan sus datos o no y, a la vez, creen que si se usan es sobretodo con fines comerciales y estadísticos.

Respecto a las frases recogidas de los grupos de discusión destacan que es un tema que les preocupa: “Ahora que lo hablamos sí, pero luego...” (Isabel, 19 años); “También se juega con la idea de que nadie se lee los ‘Términos y condiciones de contrato’.” (Toni, 24 años).

Encuentran cierta dificultad con la extensión del documento: “Lo he intentado.” (Marta, 19 años); “Alguna vez comienzas y después dices ¡uf! Comienzas a bajar la barra [de desplazamiento vertical] y es larguísimo...” (Mireia, 22 años); “[...] porque ¡ostia! Me parece tan pesado.” (Jordi, 19 años); “Es imposible. Son no sé cuántas páginas.” (Joan, 20 años); “Ya los hacen para que la gente no los lea. Te ponen una parrafada de dos kilómetros, ‘Aceptar’!.. como vivimos en una sociedad inmediata, de todo rápido... a saber qué debe poner allí [términos y condiciones de contrato].” (Guillem, 30 años). Agregan: “Muchos de golpe son los mismos, ¡eh! [...] alguna vez lo he probado y bajado hasta el punto 31º, y si es que el mismo.” (Jordi, 19 años); “las condiciones, que todos le dan ‘Aceptar’, tu no sabes lo que pone allí, ¿quién se las lee? Nadie se las lee.” (Mireia, 22 años); “No porque seguramente ellos [el proveedor del servicio] ya saben que nadie se los leerá” (Cristina, 19 años).

Pero al preguntarles si les importa: “Es para cubrirse las espaldas ante cualquier tontería.” (Guillem, 30 años); “Si me importa pero leer eso... tardas mucho [más] tiempo que en bajarte la App (Cristina, 19 años); “Es una cosa más comprometida, entonces sí, sí que me leo bien, sino, no. O incluso cuando me hice [darse de alta] de Amazon sí que me leí los puntos más importantes que eran [...] las cuentas bancarias. Eso si me lo leí, por qué no... pero un vez leído le di ‘Aceptar’ y tranquila...” (Mónica, 20 años) y “Que podemos hacer la trampa porque no lo leerán [...] poca gente lo ha leído” (Mireia 22 años).

Sobre el uso (o no) de datos por parte de terceros, los jóvenes que participaron en los grupos de discusión se recoge una diferencia importante respecto a los cuestionarios: “Obvio.” (Mireia, 22 años), “Sí, claro que sí.” (Oriol, 22 años). Igualmente, “Que los usan, no lo sé. Que quedan registrados, seguro [...]” (Guillem, 19 años); y “Pienso que si nosotros los sabemos, ¿por qué los otros no lo saben? Es muy fácil decir que la gente no se preocupa pero nosotros también somos gente” (Pere, 20 años).

Sobre la naturaleza de la información y su uso que manejan terceros opinan que:

Tienen mi número de cuenta [bancaria], tienen donde vivo, tienen todo [...] Es que cogen lo que quieren y estas cosas que hacen dan mucho miedo, [como] comprar cosas por internet y estas cosas con los bancos (Mireia, 22 años).

Yo creo [que la información que damos y que está en internet] puede ser útil, y no me extrañaría que lo fueran a usar para cosas tipo estudios sociológicos, estudios de consumo. Tampoco creo que sea algo negativo... Desde el momento que entras la información en internet se entiende que... (Pere, 20 años).

[El uso de nuestros datos] está vinculado a cuestiones con nuestras redes [por ejemplo, una] empresa que quiere saber, cuántos lectores tiene su diario o una página web, y cuántos acceden. Entonces, me interesa saber cuántos lectores tienen, pagan a Facebook... Son cosas que sirven a la empresa para vender más, a lo mejor, para pensar estrategias de publicidad (Joan, 20 años).

Creo que sí somos conscientes pero nos da igual. Yo sé que usan mis datos de Google y Facebook para enfocar la publicidad hacia mí. Soy consciente que sacan beneficio [...] Es el precio que hay que pagar por estar dentro [de internet] (Toni, 24 años).

Si tuvieran que exigir a terceros cómo tratar sus datos opinan que: “De modo general, me gustaría saber qué quieren de nosotros” (Lara, 24 años).

Saber que hacen con todo lo que hay *online*. Que mostraran a cada persona, su trayectoria, todo lo que han monitorizado de su vida en internet. Que te enviaran un informa de todo lo que publican... (Toni, 24 años).

Con contundencia, agrega que:

Con el pretexto de que no tienes nada que ocultar, se está violando tu vida y tu libertad personal, y yo no tengo nada que ocultar. Cualquier persona puede ver tu historial [del navegador de internet] pero es que no quiero [...] Se están sacando datos para tomar conclusiones globales acerca de que yo miro en una página web o refresco [actualizar] otra [página web] [...] Y simplemente no quiero que se saque beneficio—no tanto de las mías—de

todas los demás. De la libertad personal de alguien. Se está prostituyendo la libertad de alguien (Toni, 24 años).

4.3. Confiabilidad y preocupación del uso de datos por terceros

Se preguntó a los encuestados sobre el grado de acuerdo de una serie de afirmaciones sobre la confiabilidad en las aplicaciones y la preocupación sobre el uso de datos (0: totalmente en desacuerdo; 4: totalmente de acuerdo). Las medias ponderadas de los resultados se pueden apreciar en la Figura 5.

Las diferencias en las respuestas a las anteriores afirmaciones entre mujeres y hombres no resultaron estadísticamente significativas. También se compararon las medias entre los grupos que creen que no se usan sus datos personales y de consumo y los que sí, y se detectaron diferencias significativas en la afirmación “Puedo confiar en las apps instaladas en mi dispositivo móvil porque protegen mi privacidad”, donde las medias fueron de 1,55 en el grupo de que cree que sí se usan los datos y de 2,15 en el grupo que cree

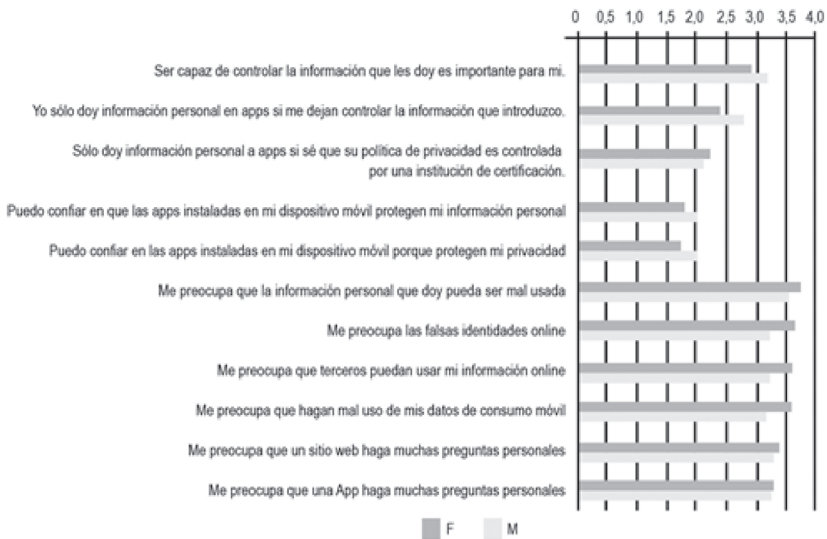


Figura 5. Grado de acuerdo y preocupación según afirmación, por géneros (0: nada de preocupación; 4: mucha preocupación)

Fuente: Elaboración propia.

que no se usan los datos. Es decir, que los que creen que sí se usan los datos consideran que se puede confiar menos que los que no creen que los usen.

También se preguntó sobre el grado de preocupación de situaciones determinadas (0: nada de preocupación; 4: mucha preocupación) (Figura 5).

De los grupos de discusión con jóvenes, sobre la confianza opinan que está relacionada con: “[...] confías en la empresa que está detrás. Si es una gran empresa confío, si es una empresa como casera” (Toni, 24 años); “[...] [la] imagen de la App [...] disfrazada... tiene ser simpática.” (Meritxell, 20 años); “[...] [por] el diseño visual de ese sitio [web o App] (Joan, 20 años); “Las que más oyes, ¿no?” (Lara, 24 años); “El tema App si es de pago, [...] –que tampoco bajo aplicaciones de pago– pero me daría más confianza si sé que estoy pagando porque estoy pagando por algo.” (Oriol, 22 años). Citan un ejemplo: “para mi [...] me da más confianza Google que Yahoo. No lo sé... Porque cuan vas la inicio de Yahoo hay mucha publicidad.” (Pere, 20 años). O también la visión que la confianza está condicionada a: “Básicamente [...] si no aceptamos eso [términos y condiciones de contrato] no podemos estar dentro” (Guillem, 30 años).

Respecto a la relación de la confiabilidad relacionada con el dispositivo y el certificado de seguridad:

[...] pero sí que acabaría por irme de una página web que no conozco de nada, [que] tengo que dar mi número de cuenta [bancaria] y no hay ningún certificado de nada... entonces sí que desconfiaría pero si es con soporte oficial como ebay, Amazon y La Caixa [banco *online*] confío ciegamente (Mónica, 20 años).

A nivel de [App de] conversación, no dejaré de hablar por seguridad. Puede ser por comodidad porque ahora estoy con el móvil y me paso al ordenador [...] para mi queda relegado a un segundo plano [la seguridad] (Joan, 20 años).

Si porque hay más seguridad [con el ordenador de sobremesa].” (Clara, 20 años); “Como que controlas más [con el ordenador de sobremesa].” (Toni, 24 años); “Puedes tocar ahí, cerrar pestañas [...] la pantalla [del dispositivo móvil] es muy pequeña.” (Joan, 21 años); y citan el ejemplo: “[...] la aplicación

[...] de un banco en el móvil no me da confianza. Si la tienes en el móvil puede pasar cualquier cosa” (Guillem, 30 años).

Y sobre la confianza y el ámbito profesional:

Creo que ahora nos encontramos en el momento que tener una cosa tan nueva nos da miedo, nos hace explorarla... como antes con la imprenta que ¡ostras! tienes miedo de lo que pueda pasar... y lo que tenemos que hacer es lanzarnos, confiar en las nuevas plataformas, porque el periodismo ahora es *online*. Las empresas para abaratar costes están *online*; entonces tú tienes que confiar más en esos soportes y no tener tanto, tanto miedo (Mónica, 20 años).

De los grupos de discusión con jóvenes, la preocupación está centrada en:

“Creo que si nosotros lo estamos, ¿por qué los otros no lo van a estar? Es muy fácil decir que la gente no se preocupa pero nosotros también somos [parte de la] gente.” (Meritxell, 20 años); “Hasta que no te pasa nada, realmente no...” (Mireia, 22 años) y “A mí no [me preocupa] porque lo que comparto en Facebook sé que no va ser compartido [porque tiene controles de privacidad activados]” (Lara, 24 años).

En cuanto al tipo de información que consideran sensible:

Hay algo que me preocupa mucho como el número del DNI [Documento Nacional de Identidad] o el pasaporte. Por eso no subo ni el curriculum vitae... hay muchas historias de suplantación [de identidad digital] (Joan, 20 años).

Este mismo chico agrega que:

[...] como que el usuario no se preocupa mucho, las aplicaciones seguirán con el modelo que están usando ahora... Como no hay una gran mayoría que se haya quejado o preocupado... (Joan, 20 años)

4.4. Cómo entienden los jóvenes la privacidad *online*

De los grupos de discusión destaca que es difícil para ellos encontrar los límites de la información personal que se muestra *online*. Consideran privado los datos bancarios, la dirección postal, el documento nacional de identidad y el curriculum vitae: “[...] son como un caramelo: chupas, chupas, chupas...” (Meritxell, 20 años)

Sobre los límites de la privacidad opinan que: “Para mí la privacidad es todo aquello que yo sé ahora...” (Meritxell, 20 años); “Privado para mí es que solo lo puedan ver la gente que yo quiera que lo vea” (Clara, 20 años).

A mí me cuesta explicar mi vida personal a la gente de fuera. Para mí la privacidad son [...] las bromas o asuntos más o menos importantes donde hay –además de mí– más personas involucradas: cosas de familia o cosas que te explica un amigo o amiga que no quiere que expliques... (Guillem, 19 años)

Sobre los controles que activan o tienen opinan:

“En las redes sociales tengo mucha privacidad. [Si activamos varios controles] no podemos ver nada” (Cristina, 19 años); “Hay mucha gente que no se da cuenta y tiene el perfil abierto [en Facebook]” (Guillem, 30 años); “Es un falsa apariencia de control. Puede ser que te creas una falsa ilusión que estás controlando lo que publicas y lo que ven...” (Joan, 21 años)

Al preguntarle a los jóvenes, qué tipo de medidas toman para salvaguardar la seguridad afirman:

[...] siempre hago un repaso de la gente que tengo [en Instagram], por si [acaso] [...] Siempre tengo a las personas que yo quiero tener en todas las redes sociales, ¿sabes? Intento que nadie sepa nada de mi vida en las redes sociales o personas que no quiero que lo sepan. Claro pero después los otros pueden pasar mi vida [a personas] que no conozco. Eso es otra cosa (Cristina, 19 años).

Sobre la privacidad entre uso profesional y personal de las redes sociales, hay quien activó los controles de seguridad de Facebook porque se lo pedían en el trabajo:

[...] es un escaparate [que] está controlado y aquellas [otras] redes sociales que son más para [tener] a los amigos... (Jordi, 19 años)

[Por] trabajo sí porque lo que me interesa es que mientras llegue a más personas, mejor. A nivel personal, no. A la gente que le tiene que llegar ya lo saben [...] los amigos. Tampoco hace falta que pongan ‘Me gusta’ (Laia, 20 años):

[...] da mucho miedo. Y lo que hago ahora es que me he obsesionado en mirarme en todas las fotos que tengo en el perfil [Facebook] y borrar las que creo que no son adecuadas (Marta, 19 años).

Finalmente, una alternativa identidad digital:

“Tengo otra [cuenta de] correo-e a propósito [...] Tengo además tres correos-e más [...] una que tenía de antes cuando era pequeña [...] que uso para todo eso, que da igual... donde va toda la propaganda y todas las cosas [...].” (Marta, 19 años)

[La gran] cantidad de personas que nos han visto [sin nosotros saberlo]. Es que da miedo. Por eso yo me doy cuenta de la absurdidad de todo esto, cuando puedo entrar en la vida [perfil online] de alguien, alguien puede entrar en la mía, las empresas pueden entrar de verdad en la vida de todos (Toni, 24 años).

5. CONCLUSIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

La comunicación móvil genera una cantidad incalculable de información y causan un impacto cultural, económico, legal y social difícil de controlar. Entre los más jóvenes esta problemática reviste especial importancia ya que la comunicación móvil consta entre ellos de una gran penetración y es de uso cotidiano. Respecto a los datos obtenidos en el estudio cuantitativo y cualitativo, destacan las siguientes conclusiones:

- Sobre la seguridad y la privacidad cuando opinan que en ninguna aplicación están seguros sus datos personales. Se exponen al riesgo que se asume y que es a menudo conocido –aunque no siempre– pero a la vez necesario para poder estar en esas redes. También muchos de los participantes en los grupos de discusión afirman que si hay algo que no quieren que sea público es mejor no colgarlo en ninguna red social, y a menudo activan las protecciones de seguridad de las aplicaciones para compartir sólo con amigos.
- Sobre la confianza, los chicos jóvenes tienen tendencia a valorar más positivamente la confianza en las Apps que las chicas jóvenes. Les genera confianza que sea una aplicación de una empresa conocida, que la use mucha gente y la recomiende un amigo. Alguien

también añade que el aspecto visual y los datos que se pide introducir es determinante para generar más o menos confianza.

- Sobre las condiciones legales y de uso de las aplicaciones móviles, son más los que afirman que no leen “las condiciones y términos de uso” en los resultados cualitativos que en los cuantitativos, y argumentan que es motivado a la larga extensión de los textos y que son “aburridos”. En los grupos de discusión se afirmó que parece que las empresas redactan textos muy largos para que la mayoría de la gente no se los lea. También afirman que a menudo no hay necesidad de leer las condiciones de uso ya que van a usar las aplicaciones igualmente.
- Sobre el uso de datos por parte de terceros, entre los jóvenes que participaron en el estudio se detectaron diferencias estadísticamente significativas entre los que creen que sí que se usan los datos respecto a los que no. Los primeros consideran que se puede confiar menos que los que no creen que los usen.

Entre las líneas futuras, existen una serie de cuestiones genéricas que afectan a la privacidad de los usuarios y que cobran especial relevancia para ellos. Está claro que los usuarios son quienes gestionan y negocian constante las circunstancias en base a la evaluación de cada escenario enmarcado por la ambigüedad y la inmediatez, que también determina la reflectividad, así como la percepción de los riesgos involucrados en cada acción (Serrano-Tellería y Oliveira, 2015). La actual tendencia de incremento en el uso de medidas de seguridad en terminales móviles se mantendrá en el futuro.

Así que la privacidad como la seguridad de la información cobran cada vez más protagonismo para los usuarios en general, consolidándose la confianza como un factor esencial a la hora de decidir los servicios que utiliza. Se tiene que pensar en desarrollar una ética de la privacidad, las normas y protecciones legales de valores sociales (privacidad, confidencialidad, transparencia e identidad) se conviertan en la subordinación de las nuevas capacidades de datos grandes (Richards y King 2014).

Finalmente, resulta pertinente indicar la necesidad de incluir estudios longitudinales que nos den cuenta de la evolución de los riesgos a los que se ven sometidos los más jóvenes y otros colectivos, la percepción e influencia sobre los menores de estas situaciones, así como las estrategias y prácticas de afrontamiento que generan en los adolescentes.

Notas

1. Paráfrasis de Zygmunt Bauman en su libro **La cultura en el mundo de la modernidad líquida** (2013).

Referencias Bibliográficas

- ACPI-PROTÉGELES., 2002. **Seguridad infantil y costumbres de los menores en Internet, Informe**. Disponible en: <http://www.protegeles.com/docs/estudiointernet.pdf> [Consultado: 05/03/2015].
- AEPD-Agencia Española de Protección de Datos [en línea]. Actualizada, 2015. Disponible en: <http://www.agpd.es/portalwebAGPD/index-ides-idphp.php> [Consultado: 05/03/2015].
- ALMANSA, Ana, FONSECA, Óscar y CASTILLO, Antonio. 2013. Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. **EN Comunicar**, XX (20), 127–135. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>
- BATTLE, R. (Coord.). 2007. “Adolescents i entorn: connexió i compromís”. V Jornades d’Educació en Valors: construir la ciutadania des de l’educació. Universitat de Vic (España), 10/11/2007.
- BAUMAN, Zygmunt. 2013. **La cultura en el mundo de la modernidad líquida**. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- CÁNOVAS, Guillermo, GARCÍA-DE-PABLO, Alicia, OLIAGA-SAN-ATILANO, Ana y ABOY-FERRER, Isabel. 2014. **Menores de edad y conectividad móvil en España: Tablets y Smartphones**. Madrid: Centro de Seguridad en Internet para los Menores en España, PROTEGELES, dependiente del Safer Internet Programme, de la Comisión Europea. Disponible en: http://www.diainternetsegura.es/descargas/estudio_movil_smartphones_tablets_v2c.pdf [Consultado: 15/07/2015]
- CATALINA-GARCÍA, Beatriz, LÓPEZ-DE-AYALA-LÓPEZ María y GARCÍA-JIMÉNEZ, Antonio. 2014. “Los riesgos de los adolescentes en Internet: los menores como actores y víctimas de los peligros de Internet”. **Revista Latina de Comunicación Social**, 69: 462-485. doi: 10.4185/RLCS-2014-1020
- COLÁS, Pilar, GÓNZALEZ, Teresa y PABLOS-SEVILLA, Juan-de. 2013. Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. **Comunicar**, XX (20), 15-23. doi: 10.3916/C40-2013-02-01

- CORTÉS, Carlos. 2013. “Derecho al olvido: entre la protección de datos, la memoria y la vida personal en la era digital”, En: BERTORI, Eduardo (comp.), **Internet y derechos humanos. Aportes para la discusión en América Latina**, Palermo (Argentina), CELE. Disponible en: <https://www.yumpu.com/es/document/view/24668929/n4eh7m/125> [Consultado: 22/07/2015]
- DEFENSOR DEL PUEBLO. 2010. **Programación y contenidos de la televisión e Internet: la opinión de los menores sobre la protección de sus derechos**. Madrid: Informes, estudios y documentos; 25, Madrid. Disponible en: http://www.defensordelpueblo.es/es/Documentacion/Publicaciones/monografico/contenido_1289207058897.html?conversation-Context=1 [Consultado: 15/07/2015]
- FEIJÓO, Claudio y GÓMEZ-BARROSO, José Luis. 2013. “Hacia una economía de la información personal”. En: Aguado, José; Feijóo, Claudio y Martínez, Inmaculada: **La comunicación móvil: Hacia un nuevo ecosistema digital**. 305-322. Barcelona, Gedisa.
- FERRÉ-PAVIA, Carme y BERNAL-TRIVIÑO, Ana. 2014. “Jóvenes e Internet: protagonismo y dudas”, en Ferré-Pavía, Carme (ed): **El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. La investigación en España y Brasil**. Bellaterra (España), Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. 30-46.
- FORTUNATI, L. 2002. “The Mobile Phone: Towards New Categories and Social Relations”. In **Information, Communication, and Society**, 514-528. doi: 10.1080/13691180208538803.
- GARCÍA-GALERA, María y MONFERRER-TOMÁS, Jordi. 2009. “Propuestas de análisis teórico sobre el uso del teléfono móvil en adolescentes”. **Comunicar**, XVI (33), 83-97. doi:10.3916/c33-2009-02-008
- GARCÍA-JIMÉNEZ, Antonio; CRUZ-LÓPEZ, María y GAONA-PISONERO, Carmen. 2011. “La investigación sobre los usos y los riesgos de los menores. Análisis metodológico”. **Doxa Comunicación**, XIII, 13-41.
- INTECO-INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN. 2012. **Guía para usuarios: identidad digital y reputación online**. Disponible en: <http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/guias/GuiaIdentidadReputacionusuarios> [Consultado: 10/06/2014]
- LETOUZ, Emmanuel. 2012. **Big Data for Development: Challenges & Opportunities**. Nueva York, UN Global Pulse. Disponible en: <http://www.unglobalpulse.org/projects/BigDataforDevelopment> [Consultado: 15/07/2015]

- LIVINGSTONE, Sonia. 2013. "Online risk, harm and vulnerability: Reflections on the evidence base for child Internet safety policy". **ZER**, 18 (35), 13-28.
- NOTLEY, Tanya. 2009. "Young People, Online Networks, and Social Inclusion" (Sección especial). **Journal of Computer-Mediated Communication**, 14. 1208–1227. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01487.x
- OBSERVATORIO DE LA SEGURIDAD EN LA INFORMACIÓN. 2009: **Estudio sobre hábitos seguros en el uso de las TIC por niños y adolescentes y e-confianza de sus padres**. León (España), Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO).
- PANTALLAS AMIGAS. 2015. "Los países de Europa más preocupados por su privacidad" [blog] 25/02/2015. Disponible en <http://www.diadelaprivacidad.com/2015/02/25/los-paises-de-europa-mas-preocupados-por-su-privacidad/> [Consultado: 15/07/2015]
- PARRA, Pilar, GORDO, Ángel y D'ANTONIO, Sergio. 2014. "La investigación social aplicada en redes sociales. Una innovación metodológica para el análisis de los «Me gusta» en Facebook". **Revista Latina de Comunicación Social**, (69), 195-212. doi:10.4185/RLCS-2014-1008
- PÉREZ-SAN-JOSÉ, Pablo, ÁLVAREZ-ALONSO, Eduardo, DE-LA-FUENTE-RODRÍGUEZ, Susana y GUTIÉRREZ-BORGE, Cristina. 2012. **Estudio sobre seguridad en dispositivos móviles y smartphones (1º Cuatrimestre, 2012)**. Madrid: Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO). Disponible en: https://www.incibe.es/CERT/guias_estudios/Estudios/Estudio_moviles_1C2012 [Consultado: 15/07/2015]
- PRENSKY, Marc. 2001. "Digital natives, digital immigrants, part 1". *On the horizon*, 9 (5), 1-6.
- REAY, Ian; BEATTY, Patricia; DICK, Scott y MILLER, James. 2013. "Privacy policies and national culture on the internet". **Information Systems Frontiers**, 15, 279-292.
- RICHARDS, Neil y KING, Jonathan. 2014. **Big Data Ethics. Wake Forest Law Review** (Mayo, 19) Vol. 49, 393-432. Disponible en: <http://ssrn.com/abstract=2384174> [Consultado: 15/07/2015]
- ROURA, Elizabeth y FERRÉ-PAVIA, Carme. 2014. "Aspectos legales de las redes sociales: protección de datos y uso consciente de la tecnología", en Ferré-Pavía, Carme (ed.): **El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. La investigación en España y Brasil**. Bellaterra (España), Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. 92-115. Disponible en: http://incom.uab.cat/download/eBook6_InComUABredessociales.pdf [Consultado: 15/07/2015]

- SAN JOSÉ, Pablo, GUTIÉRREZ-BORGE, Susana; DE-LA-FUENTE-RODRÍGUEZ, Cristina y ÁLVAREZ-ALONSO, Eduardo. 2012. **Estudio sobre la percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet**. Madrid: Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO)
- SERRANO TERRERÍA, Ana y OLIVEIRA, Marco. 2015. “Liquid Spheres on Smartphones: The Personal Information Policies”. **International Journal of Interactive Mobile Technologies**, Vol. 9 (1). doi: <http://dx.doi.org/10.3991/ijim.v9i1.4065>
- SUÁREZ, Héctor, GÓMEZ-HIDALGO, Marcos y PELÁEZ-ÁLVAREZ, Juan. 2014. **Ciber-Resiliencia: Aproximación a un marco de medición**. Madrid: Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO). Disponible en: https://www.incibe.es/extfrontinteco/img/File/Estudios/int_ciber_resiliencia_marco_medicion.pdf [Consultado: 15/07/2015]
- TWENGE, Jean. 2006. **Generation Me**, Nueva York (Estados Unidos), Free Press.

Agradecimientos

Esta investigación contó con la colaboración de Cristina Lusquinos Terroba e Irene Moll Pons y de los estudiantes de los grados de comunicación audiovisual y periodismo (curso 2014-15), de la Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya.