

Menores de edad usuarios de redes sociales virtuales y protección de datos personales en México: Prácticas e interacciones en la sociedad red

Inés Téllez

Resumen

El artículo hace un análisis y aporta recomendaciones en torno a la protección de datos personales de menores de edad que son usuarios de redes sociales virtuales en México.

Presenta una valoración cuantitativa y cualitativa del avance que han registrado las redes sociales virtuales e Internet como fenómeno socio-tecnológico.

Dimensiona la incorporación de los menores de edad como usuarios de estas redes y la vulnerabilidad implícita en las prácticas e interacciones en las que participan.

Se analizan datos y consideraciones referidas por diferentes estudios elaborados en Iberoamérica, Estados Unidos y México.

También se presentan los resultados de un sondeo propio realizado entre menores de edad y padres de familia de la zona metropolitana del Valle de México.

Las prácticas identificadas en los estudios y en el sondeo propio, son analizadas a partir de un marco teórico conceptual fundamentado en la sociedad red y se elaboran notas sobre los alcances de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

Por último, se presenta una serie de conclusiones y recomendaciones orientadas a impulsar un 'empoderamiento' de los menores de edad mexicanos, a partir del uso informado, responsable

y crítico de las redes sociales virtuales, orientado a promover una cultura de 'ciudadanía digital'.

Palabras clave

Redes sociales virtuales, menores de edad, protección de datos personales

Introducción

Uno de los efectos que se pueden advertir en el campo de las reflexiones teóricas y metodológicas, frente a los cambios sociales, económicos y culturales derivados de la ‘tercera revolución tecnológica’ en los canales, dispositivos y soportes para la comunicación y la transmisión de información, es que no solamente se ha revitalizado el campo del conocimiento, sino que al mismo tiempo, confirma la importancia de analizar los cambios que introduce la tecnología en las relaciones sociales desde el terreno de las prácticas.

Imprenta, televisión e Internet forman parte de lo que podría denominarse—con cierto grado de arbitrariedad teórica, histórica y analítica—como etapas o ‘revoluciones tecnológicas’ en el terreno de la comunicación, cuya importancia radica en las pautas que han aportado cada una a la forma en que se desenvuelven las relaciones sociales.

En el caso específico de Internet, las redes sociales virtuales—uno de los muchos fenómenos y procesos asociados con la evolución tecnológica de este medio—son un objeto de estudio que ofrece la posibilidad de analizar nuevos escenarios en el campo de las interacciones y las prácticas.

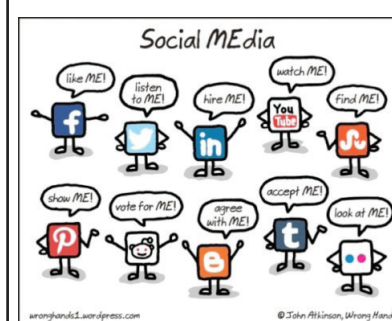
“Las redes sociales online son servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado”⁵⁵.

En los últimos diez años hemos acudido a una ampliación y diversificación de las opciones, interfaces y aplicaciones de los llamados medios o redes sociales, lo anterior como resultado del tránsito de la *web 1.0* a la *web 2.0* (O’Reilly, 2005), que Scolari (2008) sintetiza así:

⁵⁵ Instituto Nacional de Tecnologías de la Educación (INTECO) y Agencia Española de Protección de Datos [en línea]. <www.inteco.es>

“En la nueva fase la red dejaría de ser considerada una simple vidriera de contenidos más o menos multimedia para convertirse en una plataforma abierta que favorece y promueve la participación de los usuarios. La web 2.0 abandonaría la estaticidad de la vieja web y propondría una práctica más avanzada que el clásico *surfing* de páginas”.

Scolari, Carlos. Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva, p. 194.



Wrong Hands, Cartoons by John Atkinson ©2011-2012 <<http://wronghands1.files.wordpress.com/2012/07/social-media1.jpg>>

Precisamente el cambio en el modelo de interacción, que en el caso de la web 1.0 era de *uno-a-muchos* con la idea de publicar, al de la web 2.0 de *muchos-a-muchos* bajo el concepto de participar, generando contenidos personalizados e interconectados, en producción colectiva (O’Reilly, 2005, y Scolari, 2008), modificó el escenario de las interacciones sociales y las prácticas, involucrando un mayor flujo, intercambio y visibilización de diferentes tipos de información—entre la que se encuentran los **datos personales**⁵⁶—producida, suministrada, proporcionada o puesta en

⁵⁶ De acuerdo con la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, se consideran como datos personales cualquier información concerniente a una persona física identificada o identificable. Se consideran como datos personales sensibles aquellos que afecten a la esfera más íntima de su titular, o cuya utilización indebida pueda dar origen a discriminación o conlleve un riesgo grave para éste. En particular, aquellos que puedan revelar aspectos como: origen racial o étnico, estado de salud presente y futuro, información genética, creencias religiosas, filosóficas y morales, afiliación sindical, opiniones políticas, preferencia sexual. Especialistas en la materia consideran dentro de los datos personales categorías como: identificación (nombre, edad, domicilio, sexo, RFC, CURP), patrimonio (cuentas bancarias, saldos, propiedades, créditos) y biométrica (huellas dactilares, iris, voz, firma autógrafa).

circulación por los usuarios de las diferentes redes, entre los que se encuentran **menores de edad**⁵⁷.

El trabajo que aquí se presenta, desarrolla un análisis a partir del avance—en términos cuantitativos (cobertura y penetración) y cualitativos (a nivel de las prácticas y los intercambios)—que han registrado las redes sociales virtuales, Internet y los dispositivos móviles, prefigurando un fenómeno socio-tecnológico con alcances e implicaciones políticas, económicas y culturales, con trascendencia local-global, y desarrollado a partir de un modelo basado en la información que aportan, circulan o generan los usuarios como uno de los principales valores que poseen las empresas encargadas de operar estas redes.

De manera particular, se dimensiona la incorporación de los menores de edad como usuarios de las redes sociales virtuales y la vulnerabilidad implícita en los intercambios, las interacciones y los flujos de información en los que participan, específicamente, el acceso que personas, empresas u organizaciones pueden tener a partir de dichas redes.

Con la finalidad de determinar el grado de vulnerabilidad en la protección de datos personales de menores de edad, implícita en las prácticas de uso y acceso a redes sociales virtuales, se analizan datos y consideraciones referidas por diferentes estudios elaborados en Iberoamérica, Estados Unidos y México.

Posteriormente, se presentan datos de un sondeo propio con respecto al uso de Facebook entre menores de edad y padres de familia de la zona metropolitana del Valle de México; con esta información se logra una aproximación a las prácticas, interac-

57 En México se consideran como menores de edad aquellos individuos de menos de 18 años, por lo que la edad adulta se alcanza una vez cumplidos los 18 años. Al igual que ocurre en diferentes países—con los marcos jurídicos aplicables en la materia—, en México se considera que un menor de edad es un individuo que, en función de su edad biológica, no posee el criterio o la capacidad para realizar determinados actos, siendo necesario que cuente con un ascendiente, tutor o custodio responsable ante las leyes y las instituciones. En función de lo anterior, es que de acuerdo con las leyes mexicanas, se imponen a los menores de edad una serie de límites a sus derechos y responsabilidades, así como una serie de instrumentos normativos y de protección particulares, como la Ley para la Protección de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 29 de mayo del 2000.

ciones e intercambios, y la vulnerabilidad latente o potencial que implican para la protección de datos personales, asimilando las redes sociales virtuales como un entorno que debe ser considerado, analizado y regulado a partir de marcos normativos que consideren una perspectiva tanto local como global.

Las prácticas identificadas en los estudios y en el sondeo propio, son analizadas a luz de un marco teórico conceptual—fundamentado en la sociedad red—, así como a partir de una serie de notas sobre los alcances que tiene el instrumento normativo aplicable a la protección de datos personales de menores de edad usuarios de redes sociales virtuales, que en el caso de México es la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

Luego del análisis de las prácticas y la vulnerabilidad derivada de éstas en la protección de los datos personales de menores de edad usuarios de redes sociales virtuales, entendidas como un entorno socio-tecnológico en el que se llevan a cabo interacciones, intercambios y flujos de información, se presenta una serie de conclusiones y recomendaciones orientadas a impulsar un ‘empoderamiento’ de los menores de edad mexicanos—‘nativos digitales’, desde un punto de vista generacional—, para que como usuarios atiendan a cuatro dimensiones de las redes sociales virtuales.

Primero, como un entorno determinado por los flujos e intercambios de información que demanda de los usuarios prácticas personales seguras y atención a los términos de privacidad; segundo, como un modelo de negocio basado en la información que aportan los usuarios; tercero, como un espacio de interacción social sujeto al marco jurídico local aplicable en materia de protección de datos personales; y cuarto, como fenómeno sociotecnológico dinámico y ámbito para la formación de una ‘ciudadanía digital’.

Con respecto al avance y penetración de las redes sociales virtuales en términos cuantitativos a nivel global, es necesario considerar que no siempre es posible establecer una correlación directa entre el número de cuentas, los usuarios totales-reales y la frecuencia con que estos interactúan, participan en debates o difunden información u opiniones propias a través de las redes; aunado a lo anterior, las cifras de cuentas y usuarios a nivel mundial se modifican a cada momento debido al dinamismo con que evoluciona el medio.

Diversos estudios, mapeos e infografías publicados recientemente, son de utilidad para dimensionar la expansión de las redes sociales virtuales como espacio para las interacciones a nivel global, asimismo, dan cuenta no sólo de la diversidad de estas redes, sino también de sus particularidades en cuanto a temas, uso o factores regionales, sociales y culturales.

58 Castells, Manuel. *El poder en la era de las redes sociales*.

Redes mapa de las redes sociales version 3

III Congreso Iberoamericano de Redes Sociales

Mapa elaborado con los datos de 10.000 usuarios

Originalmente de Demotivational

general

- Facebook 1.060 M
- Twitter 500 M
- Google+ 343 M
- LinkedIn 200 M
- Bebo 30 M
- Orkut 80.25 M
- Hi5 80 M
- MyLife 60 M
- 4sq 25 M
- VK 190 M
- Match 92 M
- Meetic 42 M
- Zoosk 50 M
- Tuenti 15 M
- Google 15 M
- Bebo 30 M
- Orkut 80.25 M
- Hi5 80 M
- MyLife 60 M
- 4sq 25 M
- VK 190 M
- Match 92 M
- Meetic 42 M
- Zoosk 50 M
- Tuenti 15 M
- Google 15 M

video&foto

- YouTube 800 M
- Dailymotion 120 M
- Instagram 90 M
- Pinterest 25 M
- Photoblog 92 M
- Flickr 75 M
- Vimeo 10 M

chat

- Skype 280 M
- Viber 140 M
- Tango 80 M
- WhatsApp 53 M

agregadores

- Reddit 43 M
- Delicious 10 M
- StumbleUpon 10 M

temáticas

- LinkedIn 200 M
- Xing 110 M
- Vimeo 50 M
- LinkedIn 200 M
- Xing 110 M
- Vimeo 50 M

radio&música

- Spotify 55 M
- Last.fm 45 M
- MySpace 25 M
- SoundCloud 20 M
- Deezer 10 M
- Radio 10 M

otros

- Motor 10 M
- Literatura 10 M
- Familia 10 M
- Viajes 10 M
- Gastronomía 10 M
- Salud 10 M
- Estudiantes 10 M
- Estilo de vida 10 M
- Servicios 10 M
- Juegos 10 M
- Negocios&empleo 10 M
- Cine&tv 10 M
- Diseño 10 M

patrocinadores

- BBVA
- Telefonía
- BURBOS

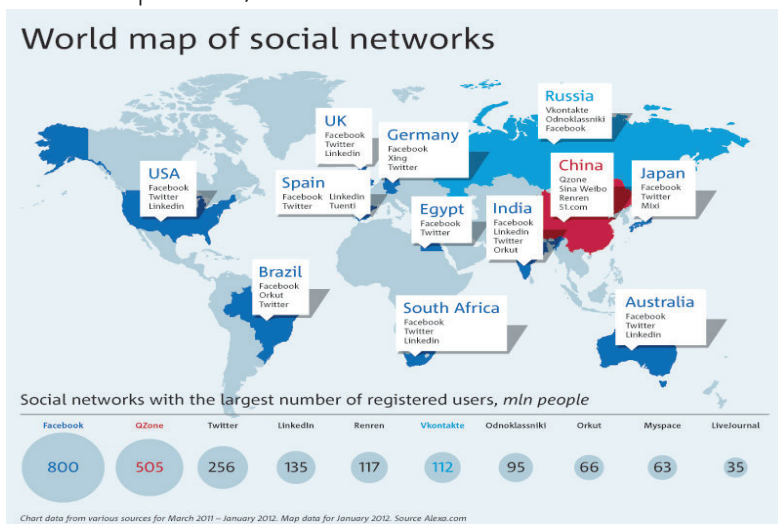
59 iRedes, Congreso Iberoamericano sobre redes sociales.*Mapa de las redes sociales Versión 3.*

La sofisticación de cada red está en relación con los entornos, actividades e intereses de sus usuarios, así como con el conocimiento-apropiación de programas y tecnologías de comunicación e información que estos poseen. Las redes sociales son espacios virtuales, a través de los cuales es posible realizar diferentes tipos de interacciones: participar en juegos de rol, establecer sistemas de mensajes, actualizaciones, o bien llevar una bitácora de los materiales y la información que se comparte en forma pública-general o con una selección de contactos.

Es importante subrayar que si bien la popularización y oferta de redes sociales es un proceso global, en los usos y penetración de las mismas aún prevalecen diferencias regionales o culturales, en donde factores como el idioma, el sistema político, la religión u otras pautas de construcción y afirmación de las identidades son determinantes.

El sitio especializado en mediciones Alexa.com, identificó la distribución geográfica de las redes sociales más populares con corte a enero de 2012 como sigue:

Gráfico 1. Mapa de usuarios de redes sociales a nivel mundial (en millones de personas)



Fuente: Alexa.com, calculado con base en múltiples fuentes, de marzo de 2011 a enero de 2012.

En México se estimó—a marzo de 2012—en 11 millones el número de cuentas activas en Twitter y en 33 millones el número de usuarios en Facebook. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), entre 2010 y 2012 el 61% de los internautas eran usuarios de más de una red social y también accedían a ellas más de una vez al día y hasta por seis horas, destinando el 24% de su tiempo online.

Gráfico 2. Redes sociales más utilizadas por internautas en México



Fuente: Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), *Hábitos de usuarios de Internet en México*, Mayo 17 de 2012 [en línea].

<<http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=115&Type=1>>

En el *Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*⁶⁰, elaborado por el

60 World Internet Project, México e Instituto Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México. Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas. [en línea]. <<http://www.wip.mx/>>

World Internet Project, México y el Instituto Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México, señala que entre las razones por las que los usuarios siguen a las marcas en las redes sociales, están el mantenerse al día sobre la marca (20 por ciento); obtener descuentos/promociones (19 por ciento); información relevante (19 por ciento); un anuncio llevó a seguirla (16 por ciento); tweets, spots son entretenidos (15 por ciento); la red social lo recomienda (13 por ciento), entre otros.

Cabe subrayar la importancia que cobra asimilar a las redes sociales virtuales no sólo como un factor socio-tecnológico capaz de potenciar diferentes procesos económicos, sociales y culturales, sino también como un modelo de negocio implementado por empresas que tienen entre sus objetivos, alcanzar un óptimo desempeño que se vea reflejado en ganancias y rentabilidad, en este sentido, para las organizaciones encargadas a cargo de administrar estas redes toda la información generada, producida e intercambiada por los usuarios genera valor.

“Los ingresos de las operaciones centrales de publicidad de la compañía de Menlo Park, California, registraron un crecimiento de 41% a US\$1.330 millones, y el sector móvil representó 23%, frente a 14% en el tercer trimestre.

Los ingresos de pagos y otros fueron de US\$256 millones. Facebook recibe un porcentaje del dinero pagado por usuarios por bienes virtuales intercambiados en juegos sociales en el sitio”⁶¹.

Las empresas que ofrecen este servicio adquieren valor, es decir, generan ganancias en la medida que logran aglutinar a un considerable número de usuarios, quienes aportan y generan información susceptible de emplearse para ofertar espacios publicitarios apoyados en el conocimiento que se tiene de los gustos, hábitos de consumo, pautas de comportamiento y preferencias de diversa índole: comercial, política o cultural.

Se trata de un proceso global con pautas socio-territoriales y culturales diferenciadas; para citar un caso en particular, el avance de estas plataformas en los países con economías emergentes,

61 Fox Rubin, Ben. *Ganancia de Facebook cae 79% en cuarto trimestre por alza de costos*.

China; Brasil, India y Rusia presenta para cada sociedad dinámicas particulares de acceso, popularización y uso, las cuales son diferentes a las que podrían encontrarse en el mundo árabe o en América Latina.

En síntesis, las redes sociales virtuales han registrado un avance notable en términos cuantitativos (número de cuentas y usuarios) y cualitativos (como forma de interacción dominante en Internet), de alcance global (transnacional y transterritorial); un modelo basado en la información que aportan, circulan o generan los usuarios como el principal valor que poseen las empresas encargadas de operar estas plataformas, lo cual se ve reflejado—en el caso concreto de Facebook—en un incremento de los ingresos por concepto de venta de espacios publicitarios.

El avance de Internet y los dispositivos móviles

A la multiplicación de espacios y plataformas para usos ‘sociales y participativos’ de la red de Internet, hay que añadir:

El aumento en el número de usuarios de Internet a nivel mundial, un crecimiento superior al 500% entre el 2000 y el 2011 (ver Cuadro 1);

Las innovaciones y comercialización de los dispositivos móviles—telefonía celular o inalámbrica cuya cobertura a nivel mundial alcanzó el 86%, en particular los llamados teléfonos ‘inteligentes’ con los servicios de banda ancha móvil, incremento del 40% en suscripciones durante 2011— y portátiles, como laptops, netbooks y tabletas, estas últimas un mercado en auge que ha llevado a una disputa legal entre compañías como Apple y Samsung, o el posicionamiento de Amazon a través de su producto Kindle;

Y el consecuente incremento en la capacidad para almacenar mayores cantidades de información haciéndola circular a una mayor velocidad.

Cuadro 1. Usuarios de Internet a nivel mundial y estadísticas poblacionales

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS June 30, 2012						
World Regions	Population (2012 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-2012	Users % of Table
Africa	1,073,380,925	4,514,400	167,335,676	15.6 %	3,606.7 %	7.0 %
Asia	3,922,066,987	114,304,000	1,076,681,059	27.5 %	841.9 %	44.8 %
Europe	820,918,446	105,096,093	518,512,109	63.2 %	393.4 %	21.5 %
Middle East	223,608,203	3,284,800	90,000,455	40.2 %	2,639.9 %	3.7 %
North America	348,280,154	108,096,800	273,785,413	78.6 %	153.3 %	11.4 %
Latin America / Caribbean	593,688,638	18,068,919	254,915,745	42.9 %	1,310.8 %	10.6 %
Oceania / Australia	35,903,569	7,620,480	24,287,919	67.6 %	218.7 %	1.0 %
WORLD TOTAL	7,017,846,922	360,985,492	2,405,518,376	34.3 %	566.4 %	100.0 %

NOTES: (1) Internet Usage and World Population Statistics are for June 30, 2012. (2) CLICK on each world region name for detailed regional usage information. (3) Demographic (Population) numbers are based on data from the US Census Bureau and local census agencies. (4) Internet usage information comes from data published by Nielsen Online, by the International Telecommunications Union, by GfK, local ICT Regulators and other reliable sources. (5) For definitions, disclaimers, navigation help and methodology, please refer to the Site Surfing Guide. (6) Information in this site may be cited, giving the due credit to www.internetworldstats.com. Copyright © 2001 - 2013, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Fuente: Internet World Stats, Usage and Population Statics [en línea]. <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>

El número de usuarios de Internet que se calculó en 2,405,518,376 (dos mil cuatrocientos cinco millones de personas) hacia mediados de 2012, lo cual representa una penetración de apenas el 34.3 por ciento con respecto a la población mundial total.

En México, de acuerdo con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), en el año 2011 de una población cercana a los 110 millones de habitantes, había 40.6 millones de usuarios de Internet equivalentes a un 36.1 usuarios por cada 100 habitantes, se tenían 11.4 accesos de banda ancha por cada 100 habitantes y en las localidades donde se concentraba el 71% de los hogares sólo el 30% tenía una computadora con acceso a Internet⁶².

Respecto a los servicios de banda ancha móvil, México cuenta con 8.7 millones de suscriptores, mientras que la telefonía móvil suma un total de 95.6 millones de usuarios, lo que equivale a una penetración de 85.1 por cada 100 habitantes, mientras la telefonía fija reportó un total de 19.7 millones de líneas.

62 Secretaría de Comunicaciones y Transportes. *Agenda Digital.mx*.

A nivel global, es previsible que la cobertura de internet experimente cambios a partir del uso y acceso a los flujos de información, a través de los dispositivos móviles, telefonía celular y banda ancha móvil (ver Cuadro 2).

Los fabricantes de tabletas vendieron 25 millones de dispositivos entre abril y junio de 2012, año en el que se calculan ventas totales por entre 102 y 110 millones de unidades, la mayoría de ellos iPads de Apple quien cubre cerca del 70% del mercado, el cual se estima que, para el 2016, alcanzará los 400 millones de unidades⁶³.

Cuadro 2. Cobertura y penetración de telefonía celular y banda ancha móvil a nivel mundial, estadísticas a febrero de 2013

Telefonía celular	Banda ancha móvil
<ul style="list-style-type: none"> • El total de suscripciones móviles-celulares a nivel mundial alcanzó los 6 mil 835 millones en febrero de 2013, lo que corresponde a una penetración del 96.2% por cada 100 habitantes. • El crecimiento fue impulsado por los países en desarrollo, que representan más del 80% de los 660 millones de nuevas suscripciones móviles-celulares añadidos en 2011. • En 2011, 142 millones de suscripciones móviles-celulares se han registrado en la India, el doble que en toda África, y más que en los Estados Árabes, la CEI y Europa juntos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasta febrero de 2013, se tenían registradas mil ciento cincuenta y cinco millones de suscripciones de banda ancha móvil en todo el mundo. • La banda ancha móvil se ha convertido en uno de los servicios TIC más dinámico alcanzando un crecimiento del 40% anual en suscripciones durante 2011. • Aunque los países en desarrollo se están poniendo al día en cuanto a la cobertura 3G, las disparidades en la penetración de banda ancha móvil siguen siendo enormes entre los países en desarrollo (8%) y los países desarrollados (51%).

63 Business Insider. *How annual Tablet sales will explode to 450 million by 2016*.

<ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2011, había 105 países con más suscripciones móviles-celulares que habitantes, incluidos países africanos como Botswana, Gabón, Namibia, Seychelles y Sudáfrica. • Los países donde la penetración móvil celular aumentó más en 2011 son Brasil, Costa Rica, Kazajistán, República Democrática Popular Laoy Malí. 	<ul style="list-style-type: none"> • En África hay menos de 5 suscripciones de banda ancha móvil por cada 100 habitantes, mientras que todas las demás regiones tienen niveles de penetración superiores al 10%. • En Japón y Suecia, la penetración de la banda ancha móvil activa superó el 90% a finales de 2011. • 144 millones de suscripciones de banda ancha móvil se registraron en los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), representando el 45% del total de suscripciones a nivel mundial durante 2011.
---	---

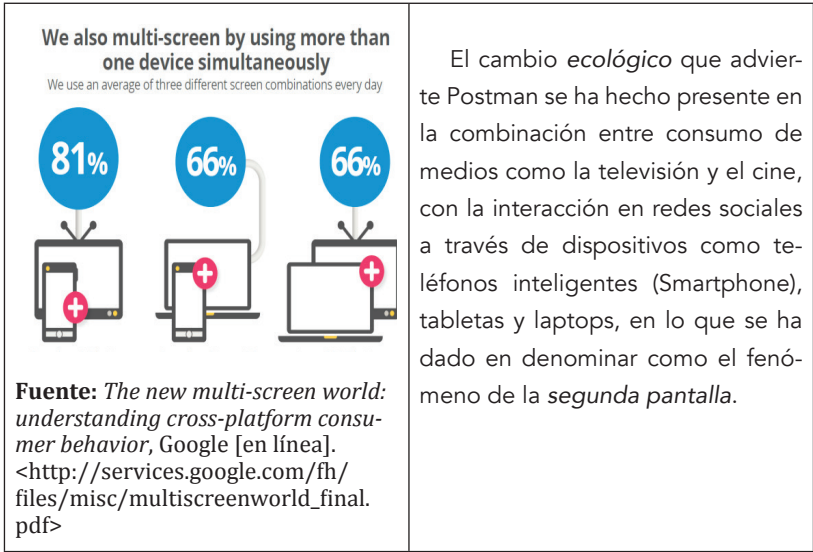
Fuente: International Telecommunication Union (ITU) World Telecommunication/ICT Indicators Database, “Key 2006-2013 ICT data, by geographic regions and by level of development (Released in February 2013)” y “Key statistical highlights: ITU data release June 2012” [en línea].
<<http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/>>

La competencia entre marcas, dispositivos y empresas en el nicho de las tabletas se ha trasladado a los ámbitos tecnológico, comercial, legal y de programación, ya que los sistemas operativos iOS, Android, Windows, Kindle, Blackberry, Nook y otros representan un amplio campo de innovación para ampliar las aplicaciones y capacidades de los dispositivos en su acceso a internet y de manera particular a las redes sociales virtuales.

“Según Postman, el cambio tecnológico no era aditivo, sino ecológico, y lo explicaba con un ejemplo: si dejamos caer una gota de tinta roja en un recipiente con agua, se disuelve en todo el líquido, coloreando cada una de las moléculas. Eso es lo que Postman entiende por cambio ecológico

(*ecological change*). La llegada de un nuevo medio no se limita a agregar algo: cambia todo”⁶⁴.

En un primer momento, es posible advertir que el escenario de expansión en los dispositivos móviles y portátiles, implica la convergencia entre acceso e interacción a través de redes sociales y los marcos espacio-temporales en los que se desenvuelven cotidianamente los usuarios.



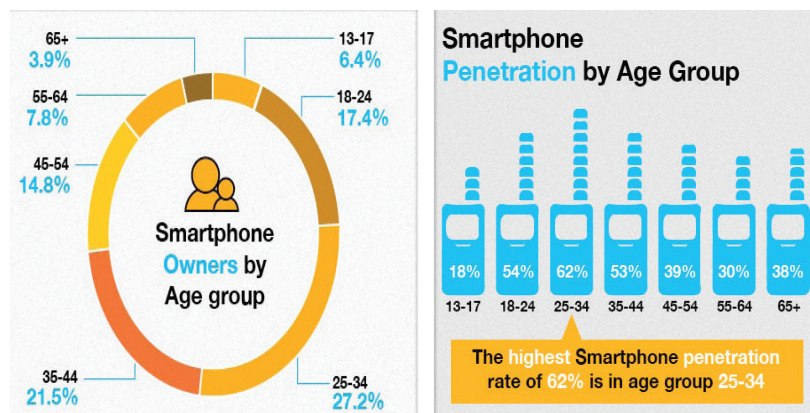
Tanto la diversificación de los medios o redes sociales—producto del ascenso de la llamada *web 2.0*—como el crecimiento exponencial en cobertura y penetración de los servicios de internet—en un escenario en el que los dispositivos móviles acentuarán el fenómeno denominado como *multipantalla*— obliga a pensar en los retos que esto representa a nivel de las prácticas en el ámbito local o nacional: ¿qué implicaciones tiene este *cambio ecológico* para los usuarios de las redes y la tecnología que son menores de edad?

De acuerdo con cifras globales compiladas por *Go-globe.com*, el 6.4 por ciento de quienes poseen un Smartphone tienen entre 13 y 17 años, lo que equivale a una penetración del 18 por ciento en

⁶⁴ Scolari, Carlos. *Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico*.

este segmento de usuarios. En el marco del Festival Internacional de Comunicación Infantil celebrado en julio de 2012 en Madrid, España⁶⁵, se dieron a conocer los siguientes datos:

- El 25 por ciento de los niños de 8 a 12 años prefieren un Smartphone a juguetes por navidad.
- El 40 por ciento de los menores entre los 8 y los 18 años, acceden a Internet desde su teléfono móvil.
- La secuencia de acceso a dispositivos móviles, por edad, es la siguiente: a partir de los 3 años uso de iPad, a partir de los 11 años uso de teléfono móvil, a partir de los 13 años uso de Smartphone.
- En general, los padres de familia generan una sensación de seguridad si los menores cuentan con un teléfono móvil y los menores experimentan una sensación de libertad y autonomía.
- El uso que los adolescentes hacen de las redes sociales a través del Smartphone son las siguientes: hablar con amigos 92.6 por ciento; comentar publicaciones 78.5 por ciento; jugar 57.8 por ciento; compartir contenidos 50.4 por ciento.



Fuente: www.go-globe.com

65 Festival Internacional de Comunicación Infantil [en línea]. <www.elchupete.com>

A continuación, se desarrollará el análisis del escenario que enfrenta nuestro país en cuanto al acceso de los menores de edad a Internet y redes sociales, con las implicaciones que tiene *estamulti-accesibilidad* para el intercambio de datos personales, tanto en el plano de las prácticas como en el de la regulación.

Menores de edad y redes sociales virtuales en México, Estados Unidos e Iberoamérica

El *Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*, dio a conocer que el 19.6 por ciento de quienes navegan en Internet tienen entre 3 y 18 años de edad, de los cuales, más de 7 millones (el 14 por ciento) tienen menos de 11 años. Con respecto a los lugares y el promedio—número de horas semanales—de uso de Internet, después del trabajo (con 25.6 horas semanales), se ubica el teléfono celular o Smartphone con 22.4 horas semanales, quedando en tercer lugar el hogar (18.8 horas) y la escuela con apenas 7.4 horas semanales.

Se calcula que en mayo de 2012 la red social virtual de Facebook alcanzó los 33 millones de usuarios en México—equivalente al 30 por ciento de la población—, de los cuales un 23 por ciento tenían de 13 a 17 años (12 por ciento de 16 a 17 y 11 por ciento de 13 a 15 años), mientras que el 58 por ciento se ubica entre los usuarios de 18 a 34 años (33 por ciento de los 18 a los 24 y el 25 por ciento de los 25 a los 34 años)⁶⁶.

Otro estudio, elaborado por la Fundación Telefónica, la Universidad de Navarra y Educared, titulado “La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes frente a las pantallas. Retos educativos y sociales”, reseñado en el artículo “Niños y jóvenes mexicanos ante internet” de Amaia Arribas y Octavio Islas, aporta los siguientes elementos:

A nivel de Iberoamérica:

- 40% de los niños y jóvenes iberoamericanos han generado alguna vez contenido en Internet; un 15% no lo ha hecho

66 El webmarketer. *Estadísticas de uso de Facebook en México 2012*.

aún, pero lo considera como una opción interesante para un futuro inmediato.

- 45% declara que forma parte de los generadores de contenido de manera habitual con la elaboración de blogs y fotoblogs (8%), junto con la elaboración de páginas web (12%).
- Para seis de cada diez menores, Internet les es útil para navegar por la web y descargar contenidos; mientras que cuatro de cada diez encuentran interesante poder compartir fotos y videos, así como jugar de forma virtual con otros usuarios.
- Respecto a la telefonía celular, la encuesta indica que aunque la utilizan para llamar y recibir llamadas (81%) y para enviar y recibir mensajes de texto (74%), más de la mitad utiliza los dispositivos móviles para jugar, el 45% también escucha música y el 48% ve fotos o videos con ellos.

A nivel de Latinoamérica:

- Navegar solo por Internet es la opción mayoritaria entre los niños de 10 a 14 años y de éstos, el 20% reconoce fingir ser otra persona en los chats y el 30% ha quedado en la vida real con alguien que ha conocido en Internet.

En lo que respecta a México:

- 92% de los niños y adolescentes mexicanos consideraron que Internet es el medio de comunicación indispensable para ellos (AMIPICI).
- En promedio al día pasan tres horas frente a alguna computadora o cualquier otro dispositivo electrónico que les permite conectarse a Internet (AMIPICI).
- La tenencia de computadora en el hogar en zonas urbanas alcanza cerca del 70%.
- Más de la mitad de los menores en zonas rurales afirma no usar ninguna computadora.
- Entre los menores que usan Internet, el lugar de acceso más habitual es el hogar (casi 40% de los casos), mientras que el 32% de los niños rurales lo hace desde la escuela.
- Los niños de 6 a 9 años de las zonas rurales respondieron que navegan: solos 30%, con algún amigo 22%, con algún

hermano 19%, con su padre 11%, con su madre 13% y con un profesor 14%.

- Al 61% de los adolescentes de las zonas rurales sus papás les preguntan qué hacen, al 47% les echan un vistazo, a un 11% les ayudan, y sólo otro 11% se sientan con ellos para ver qué páginas visitan.
- Un 40% de los niños y jóvenes rurales cree que tiene un nivel medio de experiencia y pericia en la Red, y un 32% estima que su nivel es avanzado por lo que se creen seguros en ella; sólo un 13% se consideran expertos, y un 12% como principiantes; en la ciudad el 23% de los adolescentes se considera principiante.
- Mientras navegan en Internet, al 61% de los jóvenes del ámbito urbano sus papás no les dejan comprar, y a un 67% no les permiten dar información personal. Un 21% afirmó que sus padres no quieren que contesten encuestas; y les prohíben que jueguen o vean videos por Internet (6% y 11%, respectivamente).
- Un 13% que afirma no tener ningún tipo de restricción paterna para navegar por Internet, es decir, lo hace libremente y sin supervisión.

Tabla 1. Respuestas de los 20,941 escolares de 10 a 18 años ante la pregunta de "¿Cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a visitar?". Encuesta del estudio de La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes frente a las pantallas. Retos educativos y sociales. **Tomado de:** Arribas, Amaia; Islas, Octavio, "Niños y jóvenes mexicanos ante internet", Razón y Palabra, vol. 14, núm. 67, marzo-abril, 2009, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México.

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Venezuela
1. Ocio							
Música	84	82	84	68	84	83	80
Juegos	48	51	47	49	54	59	55
Humor	37	50	33	25	37	41	36
Deportes	31	39	30	32	33	34	43
Noticias	23	44	24	19	26	27	25
Aficiones	24	19	30	16	21	26	18
Prog. TV	17	25	18	12	14	17	16
Software	15	16	14	17	12	10	20
Concursos	7	20	9	6	6	15	8
Apuestas	2	3	3	3	3	4	5
1. Educativos							
Educativas	18	21	18	20	16	37	30
Culturales	11	21	16	12	16	31	13
1. Adultos							
Adultos	6	13	6	4	5	4	8
1. Otros							
Otros	34	38	41	23	26	31	25

Entre las principales conclusiones obtenidas por Arribas e Islas, destacan las siguientes:

“En la zona urbana mexicana, para los jóvenes y niños navegar por Internet es una experiencia autónoma en relación a la media latina [...] Esta información nos advierte el peligro que hay para muchos niños que acceden a información no apta para su edad, o en el peor de los casos, son contactados por personas adultas para fines peligrosos. De hecho, uno de cada tres jóvenes reconoce que tiene un amigo virtual y que lo ha conocido en persona”⁶⁷.

Tan sólo en los Estados Unidos, se estima que hay unos 7.5 millones de niños menores a los 13 años que son usuarios de Facebook⁶⁸.

67 Arribas, Amaia, e Islas, Octavio. *Niños y jóvenes mexicanos ante internet*.

68 Netmedia. *Analiza Facebook permitir acceso a menores de 13 años de edad*.

Las cifras con respecto al total de usuarios de redes sociales virtuales que son niños o menores de edad varían de un país a otro, adicionalmente, las empresas operadoras de las redes lo consideran como un dato comprometedor, toda vez que muchas prohíben el acceso a los menores de 13 años. En los Estados Unidos la Ley de Protección de Privacidad Online de Niños⁶⁹ exige a las redes sociales marco especial para los niños de 12 años o menos.

Uno de los objetivos principales de la Ley COPPA es prevenir que diferentes organizaciones utilicen información personal de los menores con fines mercadotécnicos. La normatividad establece que, tanto las redes sociales virtuales, como otros sitios en Internet, cuenten con el aval de los padres o adultos responsables previo a que los niños accedan a contenidos, así como considerar mecanismos para que garanticen la protección de su privacidad.

Sin embargo, muchos de los esfuerzos realizados en esta materia por empresas, gobiernos y padres de familia, se ven opacados por el carácter mismo de la plataforma tecnológica, la cual no puede evitar que cualquier usuario con una destreza mínima cree o simule prácticamente cualquier perfil para crear una cuenta y acceder a los contenidos e interacciones.

Datos publicados por la empresa especializada en seguridad informática McAfee, entre usuarios de Internet adolescentes en los Estados Unidos⁷⁰, permiten dimensionar los retos y complicaciones que conlleva la supervisión por parte de padres de familia y adultos responsables en torno a las prácticas e interacciones de los menores de edad en Internet en general y en las redes sociales virtuales en particular.

Los datos revelan que los adolescentes pasan en línea más tiempo del que sus padres creen: en promedio los adolescentes pasan cinco horas al día en línea, mientras que padres piensan que sus hijos pasan dos horas al día en línea.

De acuerdo con McAfee, existe una aparente desconexión entre las percepciones y el conocimiento que los padres de familia

69 COPPA, por sus siglas en inglés. <www.coppa.org>

70 McAfee. *The Digital Divide: How the Online Behavior of Teens is Getting Past Parents*.

tienen con respecto a las prácticas en redes sociales que realizan sus hijos adolescentes, y lo que estos como usuarios hacen cotidianamente.

Como ejemplo, señalan que el 48% de los padres piensan que sus hijos adolescentes consultan sus cuentas a diario, mientras que el 60% por ciento de los usuarios de redes sociales lo hace; y sólo un 22% de los padres creen que sus hijos consultan constantemente sus cuentas, mientras que el 41% de los adolescentes lo hacen.

El estudio publicado por McAfee encontró que el 61 por ciento de los adolescentes se sienten seguros con respecto a cómo ocultar de cualquier tipo de supervisión las actividades que realizan en línea; de hecho, el 71% de los adolescentes han logrado ocultar dichas actividades y sólo el 56% de los padres dijeron estar conscientes de ello.

El 19.9 por ciento de los adolescentes manipulan la configuración de privacidad de medios sociales para bloquear a padres y adultos que los supervisan, y un 8.7 por ciento reconocen contar en redes sociales con un perfil duplicado que sus padres desconocen.

No obstante los peligros aparentes, los adolescentes continúan compartiendo información personal a través de Internet sin el conocimiento o supervisión de un adulto: 72% ha compartido fotos (sólo el 63% de los padres lo supo), 62% ha dado a conocer su dirección de correo electrónico (sólo el 33% de los padres tomó conocimiento), el 53% mencionó el nombre de su escuela (el 43% de los padres lo sabía), un 32% reveló detalles íntimos (un 17% de los padres lo supo) y un 29% proporcionó su número de teléfono celular (con el conocimiento del 14% de los padres).

Los estudios hasta aquí referidos, permiten establecer que si bien la supervisión de los adultos continuará siendo importante y necesaria para disminuir o mitigar los riesgos y la vulnerabilidad a la que están expuestos los menores de edad en la protección de sus datos personales durante las interacciones en redes sociales virtuales, dichas prácticas no dejarán de ser individuales o personales, es decir, que será necesario formar e informar a los

menores como usuarios de las redes, fomentando, moldeando e implantando prácticas seguras para la protección de los datos personales.

Por otra parte, resulta imprescindible reflexionar con respecto a que si bien ahora representan un segmento de la población en la categoría de menores de edad, dicho estatus no será permanente, en algún momento transitarán a la categoría de usuarios con mayoría de edad y continuará siendo necesario que posean una cultura de protección de datos personales, no sólo en las redes sociales—que si bien actualmente son la forma dominante en Internet, en algún momento se transformarán y dejarán de serlo, dando paso a una nueva forma dominante—, sino en las tecnologías de información y comunicación en general.

Sondeo: el uso de Facebook como red social virtual entre menores de edad y padres de familia de la zmvm

Con el objetivo de complementar el presente estudio con información propia, se realizó un sondeo entre 20 menores de edad y 20 padres de familia de la Zona Metropolitana del Valle de México, que dijeron ser usuarios de la red social virtual Facebook. Durante los meses de noviembre y diciembre de 2012 se aplicó un cuestionario dirigido a menores de edad y otro a padres de familia. En los dos grupos el cuestionario se envió por correo electrónico y fue respondido por los participantes de manera individual.

Resultados del sondeo realizado entre menores de edad:

La edad promedio de los menores que participaron en el sondeo fue entre los 10 y los 17 años (el 90 por ciento se ubicaron entre los 10 y los 14 años), el 46 por ciento utiliza Facebook desde hace más de dos años, esto es un claro indicativo con respecto a que el mínimo de edad (13 años) requerido por la red social no es atendido por quienes se registran como usuarios.

Preguntas del cuestionario dirigido a menores de edad	Preguntas del cuestionario dirigido a padres de familia
<p>¿Desde cuándo utilizas Facebook?</p> <p>¿Has leído alguna vez el código de privacidad de Facebook?</p> <p>¿Apareces en Facebook con tu nombre o lo cambiaste?</p> <p>De acuerdo con la información y conocimiento previo que tienes como usuario de Facebook. ¿Las imágenes tuyas o de amigos que subes a tu perfil son propiedad de Facebook?</p> <p>¿Para qué usas el Facebook?</p> <p>¿Cuánto tiempo dedicas al día a Facebook?</p> <p>¿Tus papás saben que entras a Facebook?</p> <p>¿Cuántos contactos tienes? (número total de amigos que aparece en tu perfil)</p> <p>¿Los conoces a todos?</p> <p>¿Aceptas entre tus contactos a gente que no conoces?</p>	<p>¿Desde hace cuánto tiempo tienes cuenta de Facebook?</p> <p>¿Has leído alguna vez el código de privacidad de Facebook?</p> <p>Apareces en Facebook con tu nombre o lo cambiaste</p> <p>De acuerdo con la información y conocimiento previo que tienes como usuario de Facebook. ¿Las imágenes tuyas, de amigos o familiares que subes a tu perfil son propiedad de Facebook?</p> <p>¿Para qué usas el Facebook?</p> <p>¿Cuánto tiempo dedicas al día a Facebook?</p> <p>¿Cuántos contactos tienes en Facebook? (número total de amigos que aparece en tu perfil)</p> <p>¿Conoces o has tenido contacto personal con todos?</p> <p>¿Aceptas entre tus contactos a gente que no conoces o con la que no has tenido contacto personal?</p> <p>¿Tienes hijos menores de edad?</p> <p>¿Tu(s) hijo(s) menores de edad tienen Facebook?</p> <p>Por favor, señala la edad y sexo de tu hijo(a)</p> <p>¿Con respecto al 'muro' o biografía de tu hijo(a) en Facebook?</p> <p>¿Cuántos contactos o amigos de tu hijo(a) en Facebook conoces?</p>

El 80 por ciento de quienes respondieron el cuestionario, afirmaron no haber leído el código de privacidad, mientras que un 75 por ciento utiliza su nombre en su perfil. El 69 por ciento considera que las imágenes—propias o de amigos—que comparte en Facebook no son propiedad de esta firma, una idea equivocada ya que de acuerdo con los términos de uso de la red, dichas imágenes al ser compartidas a través de esta vía, le pertenecen a Facebook.

El 69 por ciento mencionó que utiliza esta red social para contactar amigos y el 63 por ciento dedica en promedio dos horas por día a revisar contenidos en dicha red.

Todos los menores que respondieron el cuestionario dijeron que sus padres saben que entran a la red social; el 69 por ciento tiene de 20 a 300 amigos en su lista de contactos, un 87 por ciento dijo conocer a todos sus contactos en Facebook y el 100 por ciento dijo no aceptar entre sus contactos a usuarios que no conoce.

Resultados del sondeo realizado entre padres de familia:

Un 25 por ciento de los padres de familia que respondieron el cuestionario tiene entre 34 y 40 años de edad, mientras que un 65 por ciento tiene entre 41 y 45. El 50 por ciento refirió tener más de dos años como usuario de Facebook y el 40 por ciento de uno a dos años.

La mitad de los entrevistados ha leído el código de privacidad de Facebook y la otra mitad no; el 60 por ciento considera que las imágenes suyas, de amigos o familiares que se comparten a través de su perfil no son propiedad de Facebook, una idea que al igual que en el caso de los menores de edad es equivocada, ya que de acuerdo con los términos de uso de la red, dichas imágenes al ser compartidas a través de este medio, pertenecen a la firma.

El 70 por ciento usa Facebook para contactar amigos, un 80 por ciento dedica una hora al día a revisar contenido en esta red, mientras que el 70 por ciento tiene de 20 a 300 contactos en su cuenta, el 95 por ciento los conoce o ha tenido contacto, el 90 por ciento no acepta contactos que no conoce y en todos los casos, sus hijos menores de edad tienen una cuenta en Facebook.

Con respecto a la supervisión que realizan los padres encuestados de sus hijos menores de edad en Facebook, el 60 por cien-

to revisa ocasionalmente el muro o biografía de su hijo, mientras que el 35 por ciento lo revisa diario. El 75 por ciento conoce a algunos de los contactos de su hijo y el 25 a todos.

En síntesis, analizando los resultados del sondeo se destaca que si bien existe un seguimiento o supervisión de las prácticas que realizan los menores de edad como usuarios de Facebook por parte de los padres de familia y en ambos casos se limita el aceptar como contactos a usuarios desconocidos, tanto los adultos como los menores de edad no leen ni se informan del todo con respecto al código de privacidad y los derechos de las imágenes que comparten.

Derivado de lo anterior, es posible corroborar la necesidad de establecer dinámicas formativas en el terreno de los usos y prácticas, así como revisar los marcos regulatorios y parámetros existentes en materia de protección de datos personales para los menores de edad que son usuarios de redes sociales virtuales.

Lo anterior resulta imperativo toda vez que muchas de las interacciones sociales en las que actualmente están involucrados los menores de edad se encuentran mediadas por estas plataformas digitales y sus dispositivos de acceso.

Para delinear los posibles campos de actuación en el campo la regulación, así como trazar una serie de recomendaciones a nivel del uso y las prácticas cotidianas de los usuarios de redes sociales en México que son menores de edad, se desarrollará una reflexión conceptual en torno a la *sociedad red*, así como de una evaluación del marco normativo aplicable a las prácticas en redes sociales de los menores de edad en México, en materia de protección de datos personales.

Tecnología, redes e interacción social: conceptualización teórica

Los menores de edad mexicanos, usuarios de redes sociales virtuales representan—desde una perspectiva sociológica y/o demográfica—la primera generación de *nativos digitales* en nuestro país.

Debido a lo anterior, no es de extrañar que los debates, análisis y reflexiones que se generan en torno a sus interacciones a través de las redes sociales virtuales, conciten una producción académica similar a los trabajos de investigación y estudios que durante los años ochenta y hasta bien avanzado los noventa se podían encontrar entorno a *los niños y la televisión*, con sus derivaciones en temas como la publicidad, los dibujos animados, la violencia o el consumo-aprendizaje de patrones culturales y de comportamiento.

Gran parte de las preocupaciones presentes en esos trabajos giraban en torno a los cambios y alteraciones que un medio masivo como la televisión podía ocasionar en un amplio sector de sus audiencias: los niños, así como los controles, regulaciones, ajustes en los contenidos y tareas de supervisión que deberían desarrollar los adultos responsables, tanto las instituciones del Estado como la familia y las empresas mediáticas-publicitarias.

El reto que implica hoy establecer los marcos de análisis, así como las sugerencias de actuación a nivel del campo regulatorio y de las prácticas, en un mundo digital con redes soportadas por dispositivos predominantemente móviles, es radicalmente diferente ya que ha cambiado la trama de relaciones en la que tiene lugar el fenómeno.

<<Lo que realmente está cambiando es el espacio público donde la sociedad delibera, construye sus percepciones y decisiones. Ese espacio, que fue construido en torno al Estado nación democrático en un momento en que el centro del mundo era el Estado, ha sido erosionado en su capacidad de representación por la globalización, por la construcción de identidades en las que la gente se reconoce y que no coinciden necesariamente con su ciudadanía sino con su identidad religiosa o étnica, local o territorial, de género o personal: el yo como 'identidad', más que el yo como 'ciudadano de'>>⁷¹.

El carácter global del proceso socio-tecnológico que sustenta la emergencia de las redes sociales virtuales y las interacciones

71 Castells, Manuel. *El poder en la era de las redes sociales*.

de los menores de edad en este espacio, implica un reto mayor para los marcos regulatorios locales, al tiempo que involucra la capacidad de las redes para autorregularse y de los usuarios para moldear en sus prácticas los criterios de protección, manejo y uso de los datos personales.

En este sentido resulta necesario partir desde la perspectiva de la *sociedad red*, como categoría analítica para entender los cambios que se han hecho presentes entre los sujetos sociales y los dispositivos o los entornos mediáticos.

“En términos teóricos, la sociedad red debe analizarse, en primer lugar, como una arquitectura global de redes auto-reconfigurables, programadas y reprogramadas constantemente por los poderes existentes en cada dimensión; en segundo lugar, como el resultado de la interacción entre las diferentes geometrías y geografías de las redes que incluyen las actividades básicas, es decir, las actividades que configuran la vida y el trabajo en la sociedad, y en tercer lugar, como el resultado de una interacción de segundo orden entre estas redes dominantes y la geometría y geografía de la desconexión de las formas sociales que quedan fuera de la lógica de redes global”⁷².

Entre los elementos conceptuales que identifica el trabajo de Manuel Castells, se encuentra la *autocomunicación de masas* (aquella que va de muchos a muchos con interactividad), como un factor que obliga a pensar las interacciones, a través de las redes y el *web 2.0*, desde los sujetos, como un usuario que lejos de abstraerse o aislarse, desde su ‘individualidad’ consume y produce mensajes en una plataforma que juega permanentemente en el plano personal-masivo.

Esta posibilidad que se da a partir de las redes, las cuales como forma de organización no son exclusivas de la sociedad contemporánea y mucho menos de la humanidad—ya que “las redes constituyen la estructura fundamental de la vida, de toda clase de vida”⁷³—implica atender a los procedimientos efectivos de confi-

guración, programación y regulación, desde una estructura que rebasa el plano territorial.

En nuestras sociedades contemporáneas resulta prácticamente impensable concebir actividades como los mercados financieros, el comercio transnacional de bienes y servicios, la ciencia, la tecnología, los medios de comunicación, el arte, el entretenimiento, la cultura o la economía criminal fuera del marco organizativo de las redes globales; aunado a lo anterior, otra función primordial de este espacio de comunicación es garantizar las libertades.

“Se requiere una libertad de comunicación interactiva como elemento básico de la autocomunicación de masas y de la capacidad de intervención de la sociedad sobre sí misma, pero eso requiere una regulación. Una regulación por orden del Estado. Ahí es donde las cosas se complican. Se trata de que la autocomunicación de masas sea suficientemente fuerte como para poner presión sobre los Estados y mantener su autonomía. Eso sólo puede lograrse en la medida en que la autocomunicación de masas adquiera una dimensión institucional [...]”⁷⁴.

En el caso específico de los menores de edad como usuarios de las redes sociales, la noción de ciudadanía y libertades requiere circunscribirse a ámbitos como el de la educación, la información, el bienestar, la integridad o el desarrollo psicosocial, pero también a la dimensión del derecho a participar en los flujos globales de información y comunicación.

Desde esta perspectiva, tal y como lo ha detallado Carlos Scolari, en su amplio estudio en torno a las *hipermediaciones*, la World Wide Web ha optimizado el modelo de distribución reticular de los contenidos para ofrecer la posibilidad de interactuar y compartir los contenidos en entornos sincrónicos y asincrónicos; y es precisamente la interactividad el rasgo definitorio de los medios digitales.

“Al hablar de *hipermediación* no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un

72 Castells, Manuel. Comunicación y Poder, p. 53.

73 *Ibid.*, p. 46.

74 Castells, Manuel. *El poder en la era de las redes sociales*.

entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí”⁷⁵.

La intervención desde la sociedad y el Estado en torno a la aplicación de marcos normativos que protejan los datos personales y la privacidad de los menores de edad que interactúan a través de las redes sociales, debe dialogar tanto con la perspectiva libertaria desde la que está apoyado el modelo de la web 2.0, como con la arquitectura reticular, autoconfigurable, desde la que opera la sociedad red global, así como atender a la trama de *hipermediación* es tanto en el terreno de las prácticas como en el de la construcción de significado.

El estudio de Rainie y Wellman (2012) donde categorizan estas prácticas a través de redes digitales como “el nuevo sistema operativo social”, posibilita terminar de delinear los ámbitos conceptuales aplicables a un esfuerzo por acompañar y proteger a los menores de edad en los intercambios de información a través de redes sociales.

El trabajo de Rainie y Wellman pone especial énfasis en desmitificar que a través de la digitalización los individuos se abstraen o aíslan de las interacciones personales cotidianas, subrayando que hoy en día es necesario colocar a las redes como un soporte que ha logrado amplificar la trama de relaciones, a través de las cuales los sujetos obtienen distintos tipos de apoyo, soporte y acompañamiento.

“A pesar de toda la atención que se presta a los nuevos dispositivos, la tecnología no determina la conducta humana, **el ser humano es quien determina cómo son usadas las tecnologías**. El Internet y los teléfonos móviles han facilitado la remodelación de las redes sociales de las personas, permitiéndoles ser más grandes y más diversas. Y ellos han reconfigurado la forma en que utilizan sus redes para

aprender, resolver problemas, tomar decisiones, y prestar apoyo a los demás”⁷⁶.

La evidencia recabada por Rainie y Wellman permite, entre otras cosas, determinar que este modelo de ‘individualismo en red’ ha implicado que los sujetos, los usuarios, se alejen del modelo de las interacciones en grupo para desenvolverse más como individuos conectados en red y/o redes; lo cual ha devuelto la mirada o el centro de atención al individuo, más que a los grupos con los que suelen vincularse los análisis de interacciones e inclusive, a los que mentalmente con los que siguen asociándose los propios sujetos.

Desde esta perspectiva, los menores de edad como usuarios de la red forman parte de esta trama de amplificación de las relaciones y el alcance que tienen sus intercambios de información se vuelven todavía más complejos que si los circunscribiéramos a los grupos.

“Como la mayoría de los sistemas operativos de los ordenadores y todos los sistemas móviles, el sistema operativo de la red social es *personal*, el individuo autónomo está en el centro y con el ordenador a la mano; *multiusuario*, las personas están interactuando con otros diversos y numerosos individuos; *multitarea*, la gente está haciendo varias cosas, y *multiproceso*, lo están haciendo más o menos simultáneamente”⁷⁷.

En este punto resulta necesario desarrollar una serie de notas y observaciones generales en torno al marco normativo aplicable a la protección de los datos personales de los menores usuarios de redes sociales en México, que sustenten las recomendaciones vinculadas tanto con el ámbito institucional-normativo como con el de las prácticas.

75 Scolari, Carlos. Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva, pp. 112-113.

76 Rainie, Lee & Wellman, Barry. Networked, the new social operating system, pp. IX-X.

77 *Ibid.*, p. 7.

Notas al marco jurídico aplicable a la protección de datos personales de menores usuarios de redes sociales virtuales en México

El Artículo 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece en el segundo párrafo que “toda persona tiene derecho a la protección de sus datos personales, al acceso, rectificación y cancelación de los mismos, así como a manifestar su oposición, en los términos que fije la ley, la cual establecerá los supuestos de excepción a los principios que rijan el tratamiento de datos, por razones de seguridad nacional, disposiciones de orden público, seguridad y salud públicas o para proteger los derechos de terceros”⁷⁸.

El 6 de julio de 2010 entró en vigor la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, la cual “tiene por objeto la protección de los datos personales en posesión de los particulares, con la finalidad de regular su tratamiento legítimo, controlado e informado, a efecto de garantizar la privacidad y el derecho a la autodeterminación informativa de las personas”⁷⁹.

El Artículo 2 establece que los sujetos regulados por esta Ley son los particulares—personas físicas o morales de carácter privado—que lleven a cabo el tratamiento de datos personales, con excepción de las sociedades de información crediticia en los supuestos de la Ley para Regular las Sociedades de Información Crediticia y demás disposiciones aplicables, y las personas que lleven a cabo la recolección y almacenamiento de datos personales, que sea para uso exclusivamente personal, y sin fines de divulgación o utilización comercial.

Una revisión de los 11 capítulos y los 69 artículos que integran la Ley, permite advertir que no existen apartados o consideraciones específicas con respecto a la vulnerabilidad que experimentan los menores de edad en cuanto a la protección de sus datos

personales durante las interacciones que desarrollan a través de las redes sociales virtuales.

Si bien la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares representa un avance en cuanto a la regulación de los procedimientos que llevan a cabo instituciones y actores sociales en la recopilación, manejo, uso y tratamiento de los datos personales—instrumento normativo inexistente en nuestro país hasta antes del 2010—, especifica quiénes son los órganos de gobierno responsables y cuáles son las sanciones aplicables, su marco de actuación privilegia o se circunscribe más a los aspectos relacionados con los procedimientos y los medios—soportes o formatos—, que a los entornos en los que se intercambia este tipo de información.

Aunque hace referencia a procesos críticos en el manejo de los datos personales, no alcanza a desarrollar del todo los cambios y retos que han introducido los entornos virtuales-digitales en donde circulan y se intercambian los datos personales como flujos de información en la sociedad red.

Como ya se ha documentado, los entornos virtuales-digitales representan un fenómeno socio-tecnológico, han logrado conformarse como espacios de interacción social, tener un alcance global transnacional-transteritorial, y por efecto de la expansión en el mercado de las tecnologías de información y comunicación, estar al alcance de todos los sectores y segmentos de la sociedad, incluyendo algunos más vulnerables que otros en cuanto al manejo de datos personales, como pueden ser los menores de edad.

El carácter transnacional y transteritorial que tienen las redes sociales virtuales y la incorporación de menores de edad como usuarios de las mismas, debe propiciar una amplia reflexión en torno a la operatividad de los marcos normativos nacionales aplicables en esta materia.

Elementos específicos como el Aviso de Privacidad—contemplado en el Capítulo II, Artículos 16 y 17 de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares—permiten establecer un vínculo entre el marco normativo y las prácticas de los usuarios en las redes.

⁷⁸ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 16.

⁷⁹ Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, Artículo 1.

Es importante considerar que el ‘empoderamiento’ de los usuarios de redes sociales virtuales que son menores de edad, radicará en sus prácticas (hábitos, acciones y procedimientos específicos en los entornos virtuales) y el conocimiento que tengan, por una parte, del marco jurídico-regulatorio aplicable a la protección de los datos personales (incluyendo el concepto mismo de qué es un dato personal), y por otro, de la conformación de las redes como fenómeno socio-tecnológico y modelo de negocios, es decir, de la estructura y lógica económica-financiera que está detrás del funcionamiento y operación de las redes a las que acceden cotidianamente.

Conclusiones

El avance que en términos cuantitativos (cobertura y penetración) y cualitativos (a nivel de las prácticas y los intercambios) registran tanto las redes sociales virtuales como Internet y toda la gama de dispositivos móviles o portátiles, como fenómeno socio-tecnológico, implica la incorporación de franjas mucho más amplias de la población mundial en general y de los menores de edad en lo particular al uso de Internet con sus tecnologías y entornos.

Sin embargo, se debe tener presente que este proceso es *ecológico* y no sólo aditivo (Scolari, 2008), es decir, no es que se estén *sumando* ‘nuevos medios’, ‘nuevos espacios’ o ‘nuevos usuarios’, sino que estamos en presencia de cambios a nivel del entorno prefigurado por los medios comunicación: los diferentes dispositivos, plataformas, tecnologías, pero también los contenidos y lenguajes, se influyen mutuamente, se vinculan e interactúan para y desde las prácticas, que a su vez, radican en el usuario.

Desde la perspectiva de la *ecología de medios* este proceso es dinámico, cambia y se desplaza de forma permanente, la Web 2.0 y su modelo participativo *muchos-a-muchos* (Scolari, 2008 y O’Reilly, 2005) no es más que un estadio, un momento, un punto en la constante transformación y expansión de las tecnologías de

información y comunicación (TIC), junto con los usos y prácticas implícitas. Una muestra de lo anteriores que se avizora ya un tercer momento en el desarrollo de Internet con la llamada *Web 3.0* o *Web semántica*.

Debido a lo anterior es que resulta fundamental contar con un marco normativo local capaz de prever las implicaciones de fondo presentes en la evolución de las TIC, su carácter transterritorial, las interacciones sociales que activan y la vulnerabilidad que generan en diferentes tipos de usuarios, ya sea como entorno o bien derivado de las prácticas que los usuarios desarrollan.

Derivado del análisis de los datos que arrojan tanto los diferentes estudios realizados en Iberoamérica, Estados Unidos y México, como el sondeo propio realizado entre informantes clave de la Zona Metropolitana del Valle de México, la revisión del marco normativo aplicable en México a la protección de datos personales y de las categorías teórico-conceptuales en torno a la sociedad red, se puede concluir que para mitigar, reducir o eliminar los riesgos y la vulnerabilidad en la protección de datos personales de los menores de edad usuarios de las redes sociales virtuales, es necesario un proceso de *empoderamiento*.

El *empoderamiento* de los menores de edad usuarios de redes sociales virtuales se puede impulsar a partir de un conocimiento formal (en los centros educativos), formativo (en los centros educativos y el hogar) y experiencial (en el hogar y en los espacios de interacción colectiva donde se gesta la pertenencia e identidad comunitaria) en el uso-apropiación de las TIC, que incluya a las redes sociales virtuales pero no sólo a estas, sino a toda la gama de prácticas e interacciones en espacios-entornos virtuales o digitales.

Con este enfoque, además de las tareas de supervisión (necesarias y deseables) de los padres de familia o los adultos a cargo, el rol de los organismos de gobierno (obligado y esperado) en el diseño y aplicación de instrumentos normativos, se apuesta por un uso informado, responsable y crítico de las redes sociales, por parte de los menores de edad, atendiendo a aspectos como el marco regulatorio, el modelo empresarial que rige a las redes

sociales, sus potencialidades dentro de la sociedad red y las prácticas-usos seguros en la protección de datos personales.

El *empoderamiento* de los menores de edad como usuarios de las redes sociales virtuales, además de coadyuvar en la protección de los datos personales, puede ser el antecedente en la integración de una cultura de la *ciudadanía digital*, es decir, individuos que no son únicamente ‘usuarios’ de Internet, sino que también son capaces de ejercer derechos en los entornos virtuales, promover el cambio para el desarrollo social, político, económico y cultural, y reorientar el enfoque de mercado o modelo de negocio bajo el cual están diseñadas las redes sociales, para utilizar su potencial como esfera de transformación, participación e incidencia ciudadana en los temas públicos.

Recomendaciones

A continuación, se desarrollarán una serie de recomendaciones para el *empoderamiento* de los menores de edad que son usuarios de redes sociales en México, en la protección de datos personales; estas recomendaciones se presentan en tres núcleos o niveles de acción, de acuerdo con las conclusiones a las que se llegó en la presente investigación:

Primero, al nivel de las **prácticas**, promover con respecto al uso de las redes sociales virtuales y las tecnologías de comunicación e información en general, procesos y dinámicas de conocimiento formal en los centros educativos, contar con guías que posibiliten un acompañamiento formativo de los menores como ‘internautas’ activos en la protección de sus datos personales por parte de los adultos responsables en las escuelas y los hogares, y avanzar en la concientización del uso responsable de las TIC a partir de la experiencia en los círculos comunitarios o las esferas de interacción social cotidiana, abarcando aspectos tales como:

- Conceptualización general de las redes sociales virtuales y los entornos generados por las TIC, dimensionando su carácter económico (modelo de negocio), su importancia

como fenómeno sociotecnológico (uso y aprovechamiento para el desarrollo), el alcance global (transnacional y trans-territorial), y la vulnerabilidad que representan tanto para la privacidad como para la protección de los datos y la información personal.

- Conocimiento y operación de ‘candados’, aplicaciones o programas que coadyuven a una navegación segura en Internet, así como prácticas personales seguras en el intercambio de información y atención que se debe prestar por parte de los usuarios a los términos o el aviso de privacidad.
- Ventajas que se derivan del uso informado, responsable y crítico de las redes sociales virtuales, a partir del conocimiento y aplicación del marco regulatorio local, identificando las instancias encargadas de aplicar esta normatividad y la importancia de comunicar inmediatamente a los adultos responsables cualquier situación—real o de sospecha—en que los datos personales han sido vulnerados.
- Fomentar un mayor acompañamiento de los adultos responsables en la formación de los menores como usuarios de las redes sociales virtuales, concientizándolos con respecto a que en el modelo de comunicación de la Web 2.0, el usuario es tan o más importante que el medio y la plataforma, ya que en él radican las interacciones y los flujos de información, los cuales (a diferencia de los medios tradicionales o ‘masivos’, radio, televisión, cine) son bidireccionales o de *muchos-a-muchos*.

Segundo, en el nivel del **marco jurídico e institucional**, impulsar una normatividad que sea mucho más específica con respecto a los entornos virtuales, en el caso que nos ocupa son las redes sociales pero existen otros espacios en Internet con características similares; reforzar el papel de los organismos e instituciones de gobierno y del poder legislativo, propiciando una agenda que tenga como temas iniciales los siguientes:

- Incluir en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares aspectos relativos a los entornos virtuales y tener un mayor grado de especificidad con

respecto a los menores de edad, un modelo o ejemplo de la anterior es la Ley COPPA (Children's Online Privacy Protection Act) en el caso de los Estados Unidos, así como otras experiencias documentadas en el Observatorio Iberoamericano de Protección de Datos⁸⁰.

- Desde el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos, con el apoyo de las instancias a cargo de la política educativa y la participación de padres de familia y organizaciones de la sociedad civil, ampliar la difusión entre los menores de edad del marco regulatorio aplicable al Aviso de Privacidad y los canales para denunciar prácticas que vulneran la protección de datos personales entre este segmento de la población.
- Promover al interior de las comisiones de Derechos de la Niñez, Agenda Digital y Tecnologías de la Información, y Tecnologías de la Información y Comunicación, de la Cámara de Diputados, la discusión de acciones que refuercen o complementen el marco jurídico e institucional aplicable a la protección de los datos personales de menores de edad en entornos virtuales-digitales, atendiendo crecimiento exponencial que tendrán las interacciones en dichas plataformas—de acuerdo con los datos analizados en la presente investigación—; regular y normar dichos entornos, a través de instrumentos eficaces, resulta hoy en día un acto legislativo y de gobierno primordial, toda vez que las interacciones sociales de los menores de edad a través de Internet tenderán a ser tan importantes como el cuidado de los niños en los espacios públicos o la provisión de servicios de educación y salud. Los entornos virtuales forman parte de la experiencia de vida cotidiana para los menores de edad, una generación a la que se le reconoce como 'nativos digitales' ya que desde edades muy tempranas acceden, utilizan y se apropian de las TIC.

80 Observatorio Iberoamericano de Protección de Datos. <<http://oiprodat.com/>>

Tercero, en cuanto a la **promoción de una cultura de la ciudadanía digital**, partir del hecho de que los mexicanos menores de edad, primera generación de 'nativos digitales', accederán con la mayoría de edad a la categoría de ciudadanos con plenos derechos y obligaciones, por lo que sus prácticas y experiencias derivadas del uso de las TIC en la primera etapa de su vida, prefigurarán un antecedente y la base sobre la que desarrollarán durante la vida adulta su rol como ciudadanos y usuarios de las plataformas digitales, las cuales apuntan a ser el entorno dominante para la comunicación y la información a nivel global. En este sentido, será necesario promover:

- Un mayor conocimiento y asimilación de las TIC como fenómeno sociotecnológico multidimensional, ya que si bien ofrece nuevos modelos comerciales, publicitarios o de mercadotecnia, también cuenta con espacios para la deliberación, participación e incidencia en temas públicos por parte de los ciudadanos, quienes pueden—desde estos espacios—promover el cambio y la transformación social.
- Una vinculación entre el conocimiento y la utilización del marco jurídico-institucional aplicable a las TIC en materia de privacidad y protección de datos personales, prácticas personales seguras y responsables en los entornos virtuales, destrezas en el uso de las plataformas y programas para la protección de la privacidad, y en síntesis, un uso informado, responsable y crítico de las redes sociales virtuales en lo particular y de las TIC en general, por parte de los menores de edad, quienes serán en un futuro ciudadanos.

Las redes sociales virtuales representan un entorno para las prácticas e interacciones sociales mediadas por las plataformas tecnológicas, forman parte de un proceso socioeconómico dinámico y global, aunque no homogéneo, el acceso a las TIC es todavía uno de los pendientes en materia de equidad social y desarrollo para sociedades como la mexicana, sin embargo, es previsible que la llamada brecha digital tienda a cerrarse en forma gradual, por lo que resulta indispensable articular una amplia reflexión académica, así como una agenda legislativa y gubernamental que

prevea, para los usuarios mexicanos, un acceso seguro a los entornos virtuales.

Bibliografía

Agenda Digital.mx. México: Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2012, 166 p. [en línea].

<<http://www.agendadigital.mx/descargas/AgendaDigitalmx.pdf>> [Consulta: febrero de 2013].

Arribas, Amaia e Islas, Octavio. Niños y jóvenes mexicanos ante internet. *Razón y Palabra*, vol. 14, núm. 67, marzo-abril, 2009. [en línea].

<<http://www.razonypalabra.org.mx/N/N67/varia/aarribas.html>> [Consulta: marzo de 2013].

Asociación Mexicana de Internet (AMIPICI). Hábitos de usuarios de Internet en México, Mayo 17 de 2012 [en línea].

<<http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=115&Type=1>> [Consulta: marzo de 2013].

Business Inside. *How Annual Tablet Sales Will Explode To 450 Million By 2016* [en línea].

<<http://www.businessinsider.com/bii-report-how-annual-tablet-sales-will-explode-to-400-million-by-2016-2012-8#ixzz268Abs96V>> [Consulta: enero de 2013].

Castells, Manuel. *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza, 2009.

El poder en la era de las redes sociales. *Nexos*, Septiembre 2012. <<https://www.nexos.com.mx/?P=leerarticulo&Article=2102910>> [Consulta: febrero de 2013].

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [en línea]. *Diario Oficial de la Federación*, 26-02-2013. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Secretaría General, Secretaría de Servicios Parlamentarios.

<<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>> [Consulta: marzo de 2013].

El webmarketer. Estadísticas de uso de Facebook en México 2012 [en línea]. <<http://elwebmarketer.com/graficas-de-uso-de-facebook-en-mexico/2012/05/>> [Consulta: 31 de marzo de 2013].

Fox Rubin, Ben. Ganancia de Facebook cae 79% en cuarto trimestre por alza de costos. *The Wall Street Journal*, 30 de enero de 2013. <<http://online.wsj.com/article/SB10001424127887324610504578274264101326412.html>> [Consulta: abril de 2013].

Google. The new multi-screen world: understanding cross-platform consumer behavior [en línea].

<http://services.google.com/fh/files/misc/multiscreenworld_final.pdf>

[Consulta: marzo de 2013].

International Telecommunication Union (ITU), World Telecommunication/ICT Indicators Database. Key 2006-2013 ICT data, by geographic regions and by level of development (Released in February 2013) [en línea].

<<http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/>> [Consulta: marzo de 2013].

Key statistical highlights: ITU data release June 2012 [en línea].

<<http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/>> [Consulta: marzo de 2013].

Internet World Stats, Usage and Population Statics [en línea].

<<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>> [Consulta: mayo de 2013].

Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares [en línea]. *Diario Oficial de la Federación*, 05-07-2010. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, Secretaría General, Secretaría de Servicios Parlamentarios.

<<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPDPPP.pdf>> [Consulta: marzo de 2013].

McAfee. The Digital Divide: How the Online Behavior of Teens is Getting Past Parents [en línea].

<<http://www.mcafee.com/us/resources/misc/digital-divide-study.pdf>>

[Consulta: marzo de 2013].

The Secret Online Lives of Teens [en línea].

<http://promos.mcafee.com/en-US/PDF/lives_of_teens.pdf> [Consulta: marzo de 2013].

Netmedia. Analiza Facebook permitir acceso a menores de 13 años de edad [en línea].

<<http://www.netmedia.info/ultimas-noticias/analiza-facebook-permitir-acceso-a-menores-de-13-aos-de-edad-sin-mentiras/>> [Consulta: 31 de marzo de 2013].

O'Reilly, Tim. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software [en línea]. O'Reilly Group, 2005. <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>> [Consulta: febrero de 2013].

Rainie, Lee & Wellamn, Barry. *Networked, the new social operating system*. Cambridge: MIT, 2012.

Scolari, Carlos. *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa, 2008.

Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. *Quaderns del CAC* 34, vol. XIII(1), junio 2010, pp. 17-26. [en línea].

<http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q34_Scolari_ES.pdf> [Consulta: enero de 2013].

World Internet Project México e Instituto Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México. Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas [en línea].

<http://www.wip.mx/estudios_wip.html> [Consulta: enero de 2013].