

Esta última parte del libro resulta especialmente esclarecedora. Pone de manifiesto hacia dónde se dirige el interés mercantil, hacia qué aspecto de la comunicación va el negocio y sobre todo y más importante, quiénes son los nuevos dueños del mundo, los nuevos amos de la comunicación. Ha cambiado el paradigma y lo ha hecho de un modo radical, no siendo ya los medios de comunicación quiénes determinan de qué se habla y de que no, sino siendo estos una pequeña parte de las empresas o de los conglomerados mediáticos que toman esta decisión acerca de lo que es más comentado y de lo que ha de omitirse. Los gigantes de la comunicación han dejado de ser las grandes discográficas, productoras, televisiones, radios, periódicos, revistas, editoriales, para convertirse en un todo. Es un conglomerado aún más heterogéneo y, aunque sigue habiendo influencias y accionariado totalmente ajeno al ámbito de la comunicación, del mismo modo se han sumado las empresas especializadas en las telecomunicaciones que dan al ser humano la capacidad de tener comunicación desde la distancia o, al menos, de un modo telemático. Cada empresa que participa en comunicación tiene a su vez numerosas áreas más en las que interviene, ya sean sectores de la comunicación o de fuera de esta. En la mayoría de los casos se dan ambas situaciones, se participa en negocios que estarían dentro de la comunicación, así como en sectores externos a nuestro campo. Solo hay que ver las cadenas de televisión por internet que las empresas de telecomunicaciones están creando y ofreciendo en sus tarifas. Estas cadenas de pago de la red tienen productoras, distribuidoras, conexiones con otros medios... El giro hacia el mundo digital está siendo de 360 grados y lo más sorprendente es la especialización en el cliente, la casi personalización del contenido y de la publicidad para cada usuario, potencial cliente o consumidor de mi medio de comunicación, de mi producto. ¿Y cómo consiguen esa personalización y especialización tan acertada? Muy sencillo, lo hacen a través de los datos, a través de la huella digital que siendo conscientes de ello o no, vamos dejando a nuestro paso por la red.

En resumen, el libro da una idea amplia, general y global de cómo se encuentra en estos momentos la estructura de la información y de la comunicación, nos hace comprobar de qué manera está todo interconectado, unido y relacionado. La tendencia del mercado de la comunicación está en la red: el vídeo en streaming, la televisión por internet de pago, las redes sociales, la prensa digital, el marketing digital, compras en línea, la tecnología móvil... buscando incluso que cualquier acción comercial, de comunicación o de información, pueda hacerse desde este artilugio tan personal y, a la vez, tan útil para el mercado y para el sistema. [\[subir\]](#)

Susana Alés Álvarez
Universidad de Sevilla

LA PROTECCIÓN DE LA INTIMIDAD Y VIDA PRIVADA EN INTERNET: LA INTEGRIDAD CONTEXTUAL Y LOS FLUJOS DE INFORMACIÓN EN LAS REDES SOCIALES (2004-2014)

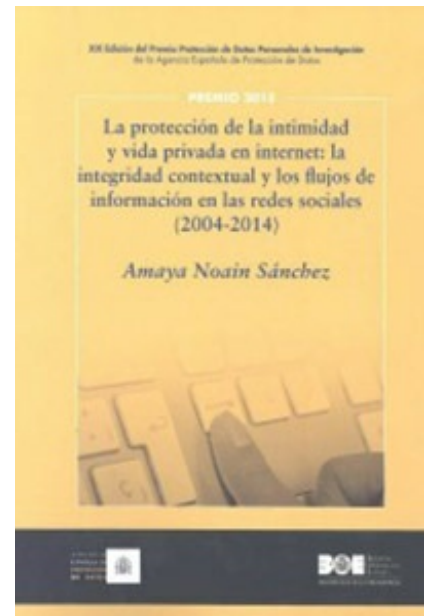
NOAIN SÁNCHEZ, A. La protección de la intimidad y vida privada en Internet: la integridad contextual y los flujos de información en las redes sociales (2004-2014). Boletín Oficial del Estado. Madrid, mayo de 2016. 548 pp.

Cada cierto tiempo, una investigación sobresale entre sus coetáneas por su enfoque novedoso, su capacidad para abrir nuevos caminos a la reflexión y por su potencial para generar pensamiento crítico. Tal es el caso de la obra de Amaya Noain Sánchez, *La protección de la intimidad y vida privada en Internet: la integridad contextual y los flujos de información en las redes sociales (2004-2014)*, escrito galardonado en la XIX Edición del Premio Protección de Datos Personales de Investigación de la Agencia Española de Protección de Datos, fruto del cual nace este libro.

Este texto es novedoso por muchos motivos: En primer lugar, aunque haya sido aplaudido desde el ámbito del derecho, el texto aborda el problema de la protección de datos desde una perspectiva interdisciplinar, ahondando no sólo en la protección legislativa o el diseño de las aplicaciones técnicas, sino en las dinámicas comunicativas que se dan en las redes sociales y lo efectos que estas producen en los usuarios y, por extensión, en la sociedad entera. Se trata, por tanto, de una obra que estudia el fenómeno de manera global, centrándose, especialmente, en los efectos desde el punto de vista comunicativo. Se trata, asimismo, de la primera vez que se abordan, en un texto en lengua hispana, teorías con amplia trayectoria en otros países, como la integridad contextual de Nissenbaum o la paradoja de la vida privada de Barnes. En concreto, los postulados de Nissenbaum, autora de referencia en el derecho anglosajón, destacan por enlazar la protección de la vida privada a algo tan esencial, desde el punto de vista de la comunicación, como es el contexto. Es por ello que la transposición que la autora realiza de los preceptos de la teoría de la integridad contextual al terreno de la teoría de la información constituye un acierto memorable. Por último, la amplia bibliografía consultada hace de este libro una “biblia” en lo que a la protección de la vida privada se refiere, constituyendo un manual de referencia para cualquier persona, académica o no que quiera adentrarse en el tema.

El libro, que se haya escrito en castellano y consta de resúmenes en inglés, se estructura en cinco bloques. Tras una primera parte en la que se exponen las premisas de la investigación, la autora realiza un repaso semántico a las voces “intimidad” y “vida privada” así como su trascripción al campo jurídico donde, por extensión del derecho a la intimidad, aparece el derecho a la protección de datos. Posteriormente, asistimos a la contextualización del fenómeno Internet, explicando no sólo las peculiaridades del universo digital, sino el momento exacto en que nuestras informaciones personales comenzaron a convertirse en mercancía las consecuencias de esto.

Seguidamente, encontramos uno de los puntos fuertes del presente estudio y que, por sí solo, ya habría justificado la publicación del libro entero. Se trata del capítulo: “la demarcación de la intimidad y la vida privada a la luz de las tecnologías digitales”, que



versa sobre cómo las esferas privada y pública se han ido reconfigurando a medida que aparecen los mass media y, sobre todo, tras la aparición de la Red. Para ello, Noain rescata autores provenientes de la sociología clásica y contemporánea (Goffman, Simmel, Giddens, Béjar, Sennet, Arendt, Bauman) y de la psicología (Lacan, Tisseron, Millard) conjugándolos con autores de las ciencias de la comunicación (Habermas, Wolton) y la comunicación digital (Boyd, Ellison). Destaca poderosamente el abordaje del concepto “extimidad”, voz recurrente en muchos textos referidos al choque entre privacidad y redes sociales y que, habitualmente, se utiliza de manera errónea. En su acepción original, afirma la autora, “extimidad” no se opone, como equivocadamente se cree, a la conservación y reserva de lo privado, sino que refiere a la importancia de “los otros” en la creación del sujeto (2016:194). Igualmente, Noain enlaza la teoría de la integridad contextual de Nissenbaum al derecho a la protección de datos personales, independientemente de que estos aparezcan en el contexto privado o, como sucede en las redes sociales, en el espacio público e hipermediado que genera la Red.

La parte III, Desarrollo de la investigación, ofrece un pormenorizado análisis de cómo nuestro ámbito privado puede verse afectado por las interacciones que tienen lugar en las redes sociales. Ejemplificadas por Facebook, denominada por Noain como “el panóptico digital”, se detallan minuciosamente todos los casos en los que el usuario puede perder el control de sus informaciones privadas. Esto da pie a una reflexión sobre la transparencia, tan reclamada en los tiempos actuales y que puede desembocar en un dispositivo de control propio de una distopía futurista. Un análisis más profundo, lleva a plantear cómo las dinámicas que se producen en las redes sociales modifican la forma en que nos comportamos y construimos como sujetos, así como los esquemas de pensamiento de los individuos, cuyos modelos mentales se construyen sobre percepciones de riesgo distorsionadas. Se mencionan así tendencias como la equiparación entre “vida privada” y “reputación”, y fenómenos como: la viralidad y el efecto contagio (Fowler y Christakis), la burbuja filtro (Parisier) o la asimilación de la tecnología (teorías coevolutivas).

Finalmente, en los bloques IV y V la autora comenta los datos observados en el estudio, incidiendo en que la hipermediación de las redes puede constituir un obstáculo para que el usuario entienda las dinámicas y en la necesidad de una alfabetización digital.

Cabe destacar que, aunque se trata de una tesis doctoral y de la complejidad de los conceptos desarrollados, la prosa amable, impecable y lúcida de la autora lo convierte en un texto accesible que, ciertamente, adquiere carácter divulgativo. El escrito, perfectamente estructurado y contextualizado, ofrece constantes guiños al lector al salpicar el texto con breves citas verdaderamente acertadas. Una obra perfectamente cuidada, imprescindible, que abrirá nuevas vías de investigación y cuyo carácter global la convierte en texto de referencia obligatorio. [\[subir\]](#)

David Cuadras

Universidad de Navarra