



Enviado 30/06/2025

Aprobado 19/08/2025

Publicado 15/09/2025

ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y LA PARTICIPACIÓN EN LAS REDES SOCIALES: CONECTIVIDAD EXACERBADA Y POLÍTICA DE PRIVACIDAD DE DATOS

**Study of digital communication and participation in social networks: exacerbated
connectivity and data privacy policy**

Marta Abanades Sánchez:¹ Universidad Europea de Madrid. España.
marta.abanades@universidadeuropea.es

Jose Jesús Vargas Delgado: Universidad Europea de Madrid. España.
jjesus.vargas@universidadeuropea.es

Marta Esmeralda Vidal García: Universidad Europea de Madrid. España.
martaesmeralda.vidal@universidadeuropea.es

Daniel Arnaiz Boluda: Universidad Europea de Madrid. España.
daniel.arnaiz@universidadeuropea.es

¹ **Marta Abanades Sánchez:** Profesora titular en Teoría e Historia de la Educación. Docente en el Dpto. Ciencias Jurídicas y Políticas de la Universidad Europea de Madrid. Directora del grupo de investigación Ecologías de aprendizaje en el s. XXI: competencias sociales y tecnológicas necesarias en el ámbito laboral.

Cómo citar el artículo:

Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel (2025). Estudio de la comunicación digital y la participación en las redes sociales: Conectividad exacerbada y política de privacidad de datos [Study of digital communication and participation in social networks: exacerbated connectivity and data privacy policy]. *Revista de Comunicación y Salud*, 15, 1-24. <https://doi.org/10.35669/rcys.2025.15.e390>

Resumen

Introducción: Cada vez se escucha con mayor frecuencia la conectividad exacerbada existente por parte de la sociedad. Según datos de los diferentes canales de información sobre la exposición y el acoso en las redes sobre la conectividad por parte de los adolescentes, encontramos que 9 de cada 10 adolescentes se conectan varias veces al día a internet o están permanentemente en la red. Estos datos no pasan desapercibidos como tampoco lo hace la alta demanda existente en los centros y programas de adicción por parte de los adolescentes. Por otro lado, tampoco se pueden obviar las políticas de privacidad de datos en las redes sociales, en su mayoría ignoradas y poco transparentes. Nuestro propósito es indagar sobre la conectividad exacerbada que tienen actualmente los estudiantes de nuestra sociedad, conocer el uso que hacen de los dispositivos y analizar qué entendimiento tienen sobre las plataformas y la privacidad de datos. **Metodología:** La metodología utilizada en esta investigación es mixta, cuantitativa y cualitativa. Además de un análisis descriptivo se ha utilizado como instrumento un cuestionario para conocer tanto la conectividad por parte de los estudiantes, como su entendimiento de las políticas de privacidad de datos. **Resultados:** Los resultados confirman como los estudiantes hacen un uso masivo de las redes sociales, y, además, desconocen tanto las implicaciones y consecuencias de los mensajes recibidos con carácter denigrante, como las leyes de privacidad de datos por parte de las redes digitales. **Conclusiones:** Como primeras conclusiones se hace necesario una concienciación más profunda en la sociedad, familias y centros educativos para conocer todas las implicaciones negativas en materia de salud que pueden provocar este tipo de acciones.

Palabras clave:

Redes sociales, Internet, Conectividad, Privacidad de datos, Comunicación.

Abstract

Introduction: The exacerbated connectivity that exists in the part of society is increasingly heard more frequently. According to data from the different information channels on exposure and harassment on networks and connectivity by adolescents, we found that 9 out of 10 adolescents connect to the Internet several times a day or are permanently on the Internet. This data does not go unnoticed, nor does the high demand in addiction centers and programs from adolescents. On the other hand, we cannot ignore the data privacy policies on social networks, which are mostly ignored and not very transparent. Our purpose is to investigate the exacerbated connectivity that students in our society currently have, to know their use of devices and to analyze their understanding of platforms and data privacy. **Methodology:** The methodology used in this research is mixed, quantitative and qualitative. In addition to a descriptive analysis, a questionnaire has been used as an instrument to understand both the students' connectivity and their understanding of data privacy policies. **Results:** The results confirm how students make massive use of social networks, and, in addition, they are unaware of both the implications and consequences of messages received with a degrading nature, as well as data privacy laws on digital networks. **Conclusions:** As first conclusions, deeper awareness is necessary in society, families and educational centers to know all the negative health implications that these types of actions can cause.

Keywords:

Social networks, Internet, Connectivity, Data privacy, Communication.

1. INTRODUCCIÓN

En plena era digital e inmersos en la sociedad de la información, presenciamos cada vez mayor pérdida de importancia del buen uso de la comunicación verbal, la escucha activa o incluso el vivir de manera presente el día a día. Según Scolari (2012)

La aparición de nuevas formas interactivas y colaborativas de comunicación implicó grandes cambios en el ecosistema de medios. Las nuevas especies mediáticas modificaron las relaciones de un ecosistema donde los medios masivos –denominados *broadcasting* por entonces– llevaban la voz cantante. Las nuevas formas de comunicación eran grandes depredadoras de la atención: si antes los consumidores dedicaban mucho tiempo a unos pocos medios (prensa, radio o televisión) en pocos años comenzaron a dedicar poco tiempo a muchos medios (*webs*, redes sociales, videojuegos, *blogs*, dispositivos móviles, etc. (p. 338)

La comunicación a través de internet, redes sociales y otras plataformas donde crear, subir y visualizar contenidos llegaron para quedarse, pero ¿nos formaron antes para utilizarlas de manera correcta? Si buscamos datos en los canales de información existentes sobre el acoso en redes y la conectividad por parte de los adolescentes, encontramos que casi 9 de cada 10 adolescentes se conectan varias veces al día a internet, o están permanentemente en la red. El 58% utiliza internet de manera habitual desde los 11 años, y casi 1 de cada 3 lo utiliza antes de cumplir los 10 años (Save the children, 2024). Es sabido que la información es poder, pero: ¿Qué tipo de información tienen los padres para el manejo adecuado de internet y redes sociales para sus hijos? Y los propios hijos ¿conocen los riesgos que pueden encontrar en la red? Los medios de comunicación, por su parte,

tampoco ayudan en este sentido, y en ocasiones son más perjudiciales que beneficiosos (Abanades Sánchez, 2024).

Actualmente escuchamos con mayor frecuencia a través de los distintos canales de comunicación casos de agresiones y abusos sexuales en diferentes entornos profesionales, sociales y educativos. Este fenómeno se ha convertido en una de las problemáticas más relevantes tanto a nivel nacional como internacional, siendo una de las cuestiones más controvertidas para proponer soluciones. Cabrera García-Ochoa (2010) afirma que la publicidad influye en las actitudes a través de los modelos simbólicos que representa. Los individuos aprenden y reproducen modelos que teniendo en cuenta que la dicotomía en función del género no es algo dado, sino aprendido a través de un proceso cognitivo y social. Podría decirse que 'una sociedad que ve las diferencias contribuye a crear diferencias' (p. 207).

1.1. Comunicación digital: presente o ausente

La competencia digital puede definirse, en términos generales, “como el uso seguro, crítico y responsable de las TIC para alcanzar objetivos relacionados con el trabajo, la empleabilidad, el aprendizaje, el ocio, la inclusión y/o la participación en la sociedad” (Vuorikari *et al.*, 2022, p. 3). La tecnología proporciona soluciones innovadoras que permite a los educadores ser parte activa de un aprendizaje integral y de calidad a lo largo de toda la vida, y favorece a estudiantes y ciudadanos tener acceso a la información y el conocimiento y participar plenamente en la sociedad en línea, algo crucial en el siglo XXI (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2019). Dicha conectividad y comunicación digital presenta numerosas ventajas a la vez que desventajas. Hacer uso de una comunicación digital con un juicio crítico puede parecer una tarea ardua y complicada tanto para educadores como también para las familias. Hoy más que nunca se cuestiona si la comunicación digital que estamos haciendo es presente o ausente. Por un lado, tenemos todas las posibilidades de estar presente en todas las acciones que nos comprometen de manera digital (clases o reuniones), pero, por otro lado, habría que evaluar cuales de ellas son efectivas, pues se confirma que tras horas las personas están más ausentes que presentes. Estudios recientes han destacado las ventajas de la comunicación digital, como su capacidad para superar barreras espaciales y temporales, especialmente a través de plataformas colaborativas que facilitan la interacción en tiempo real (Wolfenstein, 2024).

Sin embargo, esta evolución también plantea desafíos importantes relacionados con la calidad de la información compartida y la percepción crítica de los usuarios. En línea con otros estudios (Vargas Delgado *et al.*, 2024), la creciente dependencia de los entornos digitales incrementa la exposición a información no verificada, afectando la capacidad de los individuos para discernir entre contenido veraz y engaños. Por otro lado, según Abanades Sánchez y Vargas Delgado (2025) se hace necesario revisar el impacto emocional que pueden provocar esas relaciones de conectividad digital. Aunque la comunicación digital fomenta la conectividad, puede limitar la calidad de las relaciones humanas debido a la falta de elementos no verbales como el lenguaje corporal y las señales emocionales. Esto plantea un reto importante para mantener la empatía y la profundidad en las interacciones, especialmente en contextos personales. Por este motivo, se hace necesario replantearse el uso y el para qué de la comunicación digital que estamos desarrollando actualmente.

Por otro lado, cabe destacar otro de los grandes inconvenientes de la comunicación digital: las políticas de privacidad de datos. A continuación, se mencionan algunas cuestiones sobre la privacidad de los datos a tener en consideración.

1.2. Política de privacidad de datos

En la actualidad se está produciendo un fenómeno de dependencia de las redes sociales por parte de menores y jóvenes, e incluso no tan jóvenes. Como otros muchos recursos, las redes sociales son una fuente de oportunidades de aprendizaje e interacción, también plantea serias amenazas en los ámbitos de salud mental, exposición a riesgos y vulneración de derechos fundamentales, particularmente entre menores de edad por su estado de formación física y mental estando en un momento de especial vulnerabilidad y que son, precisamente, los más interesados en esta tecnología.

Tal como se señala en investigaciones previas, el incremento del interés de menores en plataformas como Instagram, TikTok o YouTube produce reiteradas situaciones de falta de supervisión adulta ni comprensión de las implicaciones contractuales, legales o personales que conlleva dicha participación (Arnaiz Boluda, 2024).

En otras palabras, el tratamiento de datos personales realizado con sistemas de inteligencia artificial debe ir de la mano con la garantía de protección a la privacidad de los usuarios de internet (Morales Cáceres, 2021). Tener en cuenta ese balance es importante, puesto que, por ejemplo, cuando el tratamiento de datos personales se efectúa con una aplicación de reconocimiento de rostro, manejada a través de sistemas de inteligencia artificial, es complicado que los usuarios ejerzan sus derechos de acceso, rectificación o cancelación ante latentes vulneraciones a sus derechos fundamentales (Mendoza Enríquez, 2021).

Desde el ámbito jurídico, ya se ha estudiado minuciosamente la incapacidad contractual de los menores no emancipados para registrarse en redes sociales aun a pesar de la legitimación expresa legal para dar su consentimiento para procesar sus datos personales, legislación con la que esta parte no está de acuerdo en absoluto. Ello se debe a que los contratos electrónicos de adhesión de las redes sociales son tan extensos con tantas cláusulas de todo ámbito que excede con mucho el mero procesamiento de datos personales, por lo que sin la intervención de sus representantes legales son anulables (Arnaiz Boluda, 2024).

No obstante, el desarrollo tecnológico e interés de la sociedad en general por las redes sociales tiene una evolución más rápida que el de la legislación, aunque sí extraña la legitimación legal expresa al consentimiento de los mayores de 14 años para procesar sus datos personales, que parece corresponderse más al interés de un *lobby* que al de los propios menores. Según datos del Monitor Report de Childwise (2022), un 57% de los menores entre 5 y 16 años utilizan TikTok, y un 40% de ellos se conecta diariamente.

Los riesgos asociados a esta dependencia tecnológica con las redes sociales no son sólo jurídicos, si bien ésta es una buena herramienta de limitación, sino también psicológicos y sociales. Se ha demostrado que el uso intensivo de redes sociales puede perjudicar la salud mental de los menores, afectando su autoestima y generando síntomas de ansiedad y depresión (Bozzola *et al.*, 2022). La gratificación inmediata, la necesidad de aprobación externa a través de “likes” y la exposición constante a modelos idealizados influyen negativamente en el desarrollo emocional de los adolescentes (De Felice *et al.*, 2022). Esta situación se agrava cuando los propios padres o tutores promueven, gestionan o monetizan la actividad digital de sus hijos, convirtiéndolos en *influencers* o *kidfluencers*, sin considerar el impacto en su privacidad, autonomía y bienestar futuro (Arnaiz Boluda, 2025).

Estudio de la comunicación digital y la participación en las redes sociales:
conectividad exacerbada y política de privacidad de datos

En este contexto, la política de privacidad de datos representa una zona opaca e ignorada tanto por usuarios como por responsables legales. Las plataformas digitales exigen al usuario aceptar contratos extensos, ambiguos y frecuentemente redactados en términos técnicos que dificultan su comprensión incluso para adultos. Como ha demostrado la investigación en torno a contratos *Sign-In-Wrap* (Benoliel y Becher, 2019), los menores aceptan múltiples cláusulas sin la intervención de un tutor legal, cediendo derechos de imagen, localización, actividad y propiedad intelectual, lo cual plantea serias preocupaciones éticas y legales.

La respuesta legal en España sigue siendo insuficiente y fragmentaria. Aunque existen mecanismos de protección, como los artículos 4 y 84 de la Ley Orgánica de Protección Jurídica del Menor y la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales respectivamente, su aplicación práctica es limitada. El Ministerio Fiscal tiene competencias para intervenir ante la exposición indebida de menores en redes, pero la ingente cantidad de contenido generado a diario hace inviable una actuación sistemática (Arnaiz Boluda, 2025).

La ley presume la protección parental como salvaguarda principal, pero como bien señala Landa Reza (2024), muchos progenitores ven en sus hijos una fuente de ingresos y notoriedad, exponiéndolos sin considerar las consecuencias a largo plazo.

Una de las propuestas legislativas más avanzadas en esta materia es la ley francesa de los menores *influencers* (Loi 2020-1266), que exige autorización administrativa previa para la participación de menores en contenidos audiovisuales con fines lucrativos. Además, establece la obligación de depositar los ingresos en una cuenta bloqueada hasta la mayoría de edad, responsabiliza a anunciantes y plataformas, y otorga al menor el derecho a la supresión de sus datos personales sin intervención de sus tutores. Esta normativa, aunque criticada por su permisividad, marca una diferencia significativa en términos de protección real y efectiva (Arnaiz Boluda, 2025).

En España, sin embargo, seguimos sin una regulación específica que aborde el fenómeno de los “menores *influencers*” ni la explotación económica de su imagen en entornos digitales. La actual Ley General de Comunicación Audiovisual y el Real Decreto 444/2024 contemplan la figura del “usuario de especial relevancia” y regulan ciertos aspectos de comunicación comercial, pero no abordan de manera directa la participación infantil en la economía digital (Zazo Correa y Martínez-Fresneda, 2024). De ahí la necesidad de avanzar hacia un marco normativo integral, que contemple no sólo la protección de datos y derechos de imagen, sino también la dimensión pedagógica, emocional y ética del fenómeno.

La mayoría ignora las implicaciones jurídicas de aceptar contratos de adhesión digitales, lo que evidencia la urgencia de reforzar la educación digital crítica desde edades tempranas. Es fundamental que las escuelas, las familias y la sociedad en su conjunto desarrollen estrategias preventivas y formativas para afrontar la creciente dependencia tecnológica y sus consecuencias.

En definitiva, la conectividad exacerbada no es sólo un problema de sobreexposición, sino de desprotección estructural en múltiples niveles: legal, psicológico y educativo. La transformación de los menores en sujetos activos de la economía digital exige una respuesta colectiva que combine regulación efectiva, control institucional, corresponsabilidad parental y alfabetización digital. Sólo así podremos garantizar que los entornos digitales sean espacios seguros y justos para el desarrollo integral de las nuevas generaciones.

Uno de los aspectos ya mencionados más preocupantes –y, sin embargo, más normalizados– en la hiperconectividad de los menores, y también de los jóvenes, es la cesión sistemática e irreflexiva de sus datos personales a las plataformas digitales. Esta práctica, profundamente arraigada en la sociedad para el uso normalizado y casi socialmente obligatorio de redes como TikTok, Instagram, YouTube o Meta, se realiza habitualmente sin intervención alguna de sus representantes legales, y casi universalmente sin la lectura de la política de privacidad, lo que constituye un grave fraude normativo disfrazado de consentimiento digital. El menor, en su condición jurídica de incapaz para contratar, consiente lo que no está habilitado a aceptar y, peor aún, renuncia a derechos fundamentales –como la privacidad, la propiedad intelectual y la inviolabilidad de sus datos personales– (Arnaiz Boluda, 2023) a cambio de un acceso falsamente gratuito que, en realidad, su contraprestación es la cesión constante de datos privados.

En este sentido, la investigación previa ya ha evidenciado que nos hallamos ante contratos de adhesión particularmente agresivos y opacos, cuyos términos –extensos, indeterminados y técnicamente complejos– resultan ininteligibles incluso para un adulto medio, cuanto más para un menor de edad (Arnaiz Boluda, 2023). Aceptar la política de privacidad en plataformas como TikTok implica la autorización para la recopilación, tratamiento, almacenamiento, uso y comercialización de información sensible: geolocalización, intereses, historial de navegación, contactos, interacciones, contenido creado, tiempo de conexión, grabación de audios, entre otros. Es decir, la construcción de un perfil digital completo que permite a estas empresas alimentar sofisticados sistemas de monetización mediante publicidad segmentada.

Esta recolección masiva de datos personales no constituye una prestación gratuita, como muchos usuarios aún creen. Tal como se ha argumentado, se trata de un contrato bilateral oneroso, en el que el usuario paga con sus datos privados el acceso al servicio. Así lo ha afirmado el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (2013) al admitir que la contraprestación en un contrato no tiene por qué ser económica, sino que puede consistir en un beneficio o ventaja de carácter no dinerario. El problema no es solo jurídico; es también ético: se permite a los menores transferir voluntariamente su intimidad a cambio de entretenimiento, participación social o visibilidad virtual, sin contar con la madurez suficiente para comprender las implicaciones de esa transacción.

A pesar de que la legislación española –Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, en su artículo 13– faculta a los mayores de 14 años para dar consentimiento a que se procesen sus datos personales, y de que este artículo se reformará a partir del Proyecto de Ley Orgánica para la protección de las personas menores de edad en los entornos digitales de 11 de abril de 2025 subiendo la edad a los 16 años, esta norma es letra muerta.

No se exige verificación efectiva del consentimiento parental. No se fiscaliza la edad real de los usuarios al registrarse. No se supervisa si los contratos aceptados por menores cumplen los requisitos de transparencia, proporcionalidad y equidad. Las plataformas, conscientes de esta impunidad sistémica, se escudan en una “declaración de mayoría de edad” introducida por el propio menor –basta con falsear la fecha de nacimiento– para operar impunemente dentro de un marco de legalidad fingida. Pero hay más, pues el contenido de esos contratos digitales va mucho más allá que un mero procesamiento de datos.

La paradoja es flagrante: mientras que un menor no puede legalmente firmar un contrato laboral, alquilar una vivienda o contratar un seguro sin la intervención de un adulto, se le permite ceder su imagen, su voz, sus preferencias, sus movimientos y su comportamiento digital a gigantes

tecnológicos sin más mediación que un clic. Es una forma de explotación silenciosa y masiva, que socava la protección del menor como principio rector del ordenamiento jurídico y transforma la red en un mercado sin reglas donde el interés superior del niño queda subordinado a los intereses comerciales de las plataformas.

Urge, por tanto, revertir esta inercia. No se puede seguir legitimando un sistema donde la renuncia a la privacidad sea la moneda de cambio para acceder a servicios que, por definición, deberían garantizar derechos y no erosionarlos.

2. OBJETIVOS

Dentro de los objetivos de nuestro estudio se desglosan los siguientes. Como objetivo general se propone:

Indagar sobre el uso y la sobreexposición de conectividad que actualmente tienen los estudiantes en las plataformas digitales, para saber si conocen los riesgos y amenazas inherentes a las mismas, así como las políticas de privacidad de datos y sus posibles consecuencias.

Como objetivos específicos se plantean los siguientes:

- Conocer el escenario actual sobre el uso y conectividad por parte de los estudiantes en su día a día, así como las posibles consecuencias que esta conectividad conlleva en sus vidas.
- Indagar el uso que hacen de internet y si conocen realmente los recursos y consecuencias que conlleva la interactividad y el uso de los canales y redes digitales.
- Conocer la contratación electrónica, los términos y condiciones de algunas plataformas más relevantes como YouTube, Instagram y TikTok.
- Examinar las leyes de privacidad de datos que tienen las redes y las diferentes plataformas digitales y conocer hasta que medida los usuarios las descargan y las conocen.

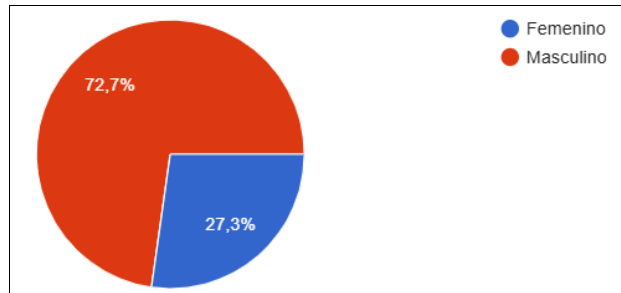
3. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en esta investigación tiene un enfoque mixto, tanto cuantitativo como cualitativo, siguiendo a Lynch (1990) supone la inmersión en la vida cotidiana de la situación seleccionada para el estudio, la valoración y el intento por descubrir la perspectiva de los estudiantes sobre sus propios mundos, y la consideración de la investigación como un proceso interactivo entre el investigador y los estudiantes. La parte cualitativa se basa en un análisis descriptivo de fuentes precisas y concretas al escenario de la problemática de la conectividad exacerbada de los estudiantes. Además, se utilizó como instrumento un cuestionario de Google Forms con preguntas abiertas y cerradas y una escala de Likert del 1 al 5. Al intentar conocer en este estudio la autopercepción de los alumnos en el escenario de educación superior, según Sandín (2003) hay que buscar la comprensión en profundidad de fenómenos educativos y sociales, a la transformación de prácticas y escenarios socioeducativos, a la toma de decisiones y también hacia el descubrimiento y desarrollo de un cuerpo organizado de conocimiento. A los estudiantes se les informó previamente a la realización del cuestionario sobre el estudio y consentimiento de los resultados para la investigación.

3.1. Muestra

En esta investigación se cuenta con una muestra de 193 personas (Figura 1), estudiantes y grandes conocedores de los medios de comunicación y redes sociales. Los participantes se han seleccionado por muestreo de conveniencia. Las edades por año de nacimiento comprenden desde 1978 hasta 2004. A continuación, se muestra la representación de género en la muestra.

Figura 1. *Género de la muestra.*



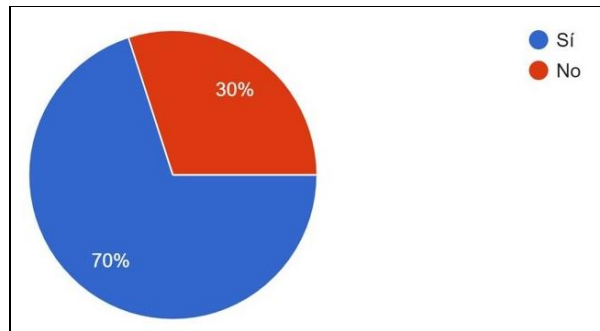
Fuente: *Elaboración propia.*

4. RESULTADOS

A continuación, se detalla en el análisis de resultados, los datos cuantitativos y cualitativos extraídos por parte del cuestionario.

A la pregunta sobre el conocimiento de ceder datos al estrenar el móvil, el 70% de los participantes conocen que al estrenar un móvil nuevo están aceptando ceder datos privados (desde datos demográficos hasta capturas aleatorias de voz) a las compañías, frente al 30% que lo desconoce (Figura 2).

Figura 2. *Cesión de datos.*

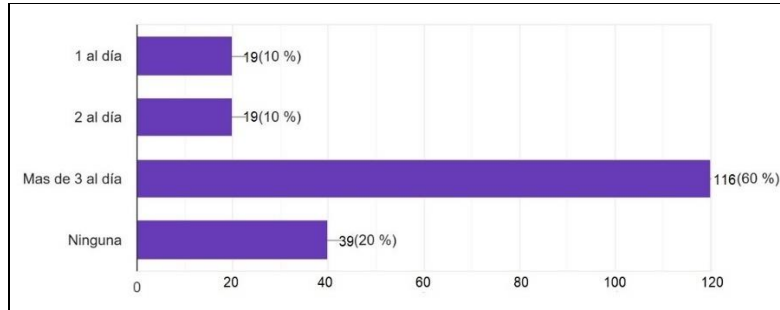


Fuente: *Elaboración propia.*

Con respecto a la lectura de la política de la privacidad del sistema operativo del teléfono, el 100% de los encuestados confirma no haber leído la política de privacidad del sistema operativo la última vez que se compró un teléfono móvil.

Cuando preguntamos el número de llamadas telefónicas diarias para corroborar el uso de la comunicación verbal, los resultados (Figura 3) muestran que el 60% de los participantes realiza más de tres llamadas al día, el 20% no utiliza el teléfono móvil para realizar llamadas, y el 20% restante realiza una o dos llamadas diarias.

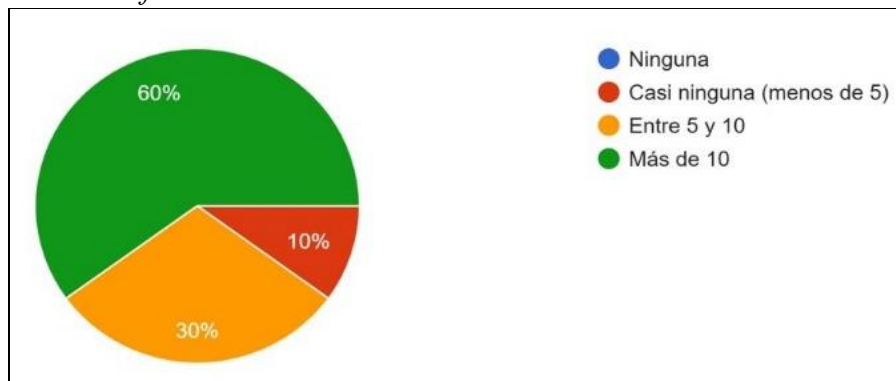
Figura 3. *Llamadas telefónicas diarias.*



Fuente: *Elaboración propia.*

Cuando preguntamos sobre el número de llamadas que realizan de manera mensual (Figura 4), el 60% declara que realiza más de diez, el 30% entre cinco y diez llamadas al mes, y el 10% restante prácticamente no utiliza el teléfono para realizar llamadas (menos de cinco al mes).

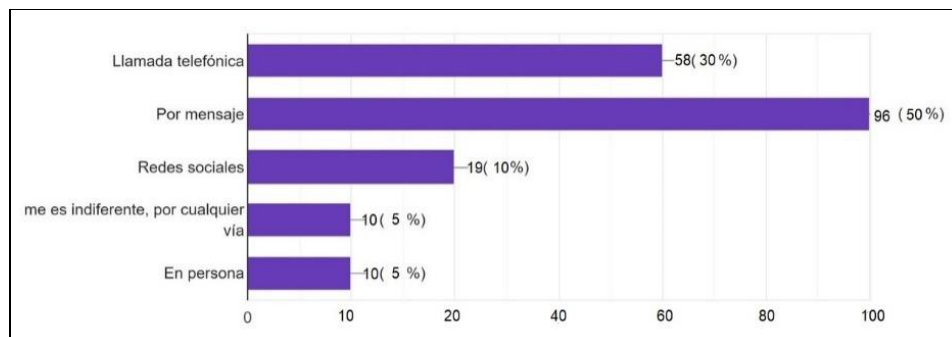
Figura 4. *Llamadas telefónicas mensuales.*



Fuente: *Elaboración propia.*

Cuando preguntamos a la muestra cómo prefieren que les feliciten por su cumpleaños o por algún logro o mérito conseguido, el 50% de los encuestados prefiere que le feliciten a través de un mensaje de texto (ej. WhatsApp), el 30% mediante una llamada telefónica, el 10% a través de redes sociales, y al resto le es indiferente o prefieren que lo hagan en persona (Figura 5).

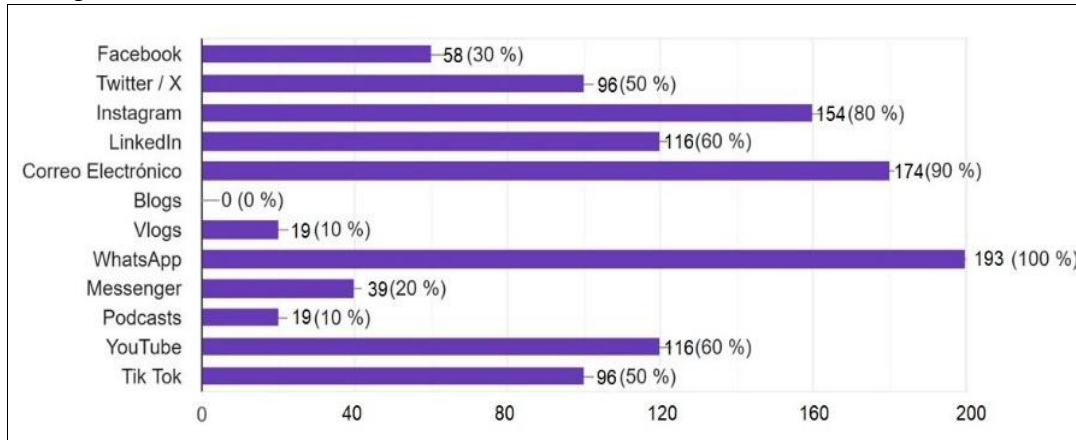
Figura 5. *Forma de felicitar.*



Fuente: *Elaboración propia.*

En referencia al tipo de comunicación digital que han utilizado o utilizan actualmente los encuestados, en la Figura 6 se observa cómo el 100% de la muestra usa aplicaciones como WhatsApp, seguidas del correo electrónico (90%), redes sociales como Instagram (80%), LinkedIn o YouTube (60%), X y TikTok (50%), y en menor medida Facebook (30%), Messenger o los Vlogs y podcasts.

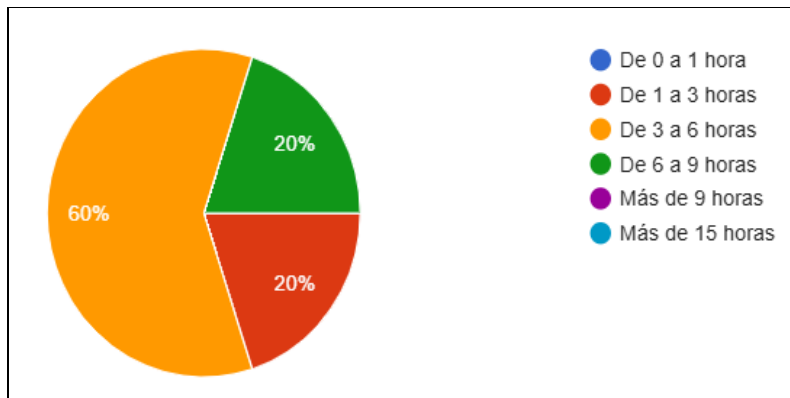
Figura 6. *Tipo de comunicación utilizada.*



Fuente: *Elaboración propia.*

Si preguntamos sobre el uso del teléfono móvil, el 60% de los encuestados utiliza el teléfono móvil de 3 a 6 horas diarias (para cualquier finalidad). Un 20% lo utiliza de 6 a 9 horas diarias, y el 20% restante de 1 a 3 horas diarias (Figura 7).

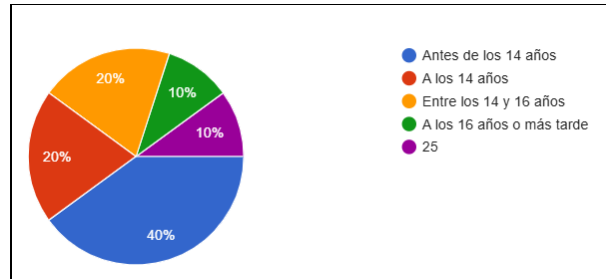
Figura 7. *Horas de uso diario del móvil.*



Fuente: *Elaboración propia.*

Otra de las preguntas relevantes es la edad en la que comenzaron a abrir perfil en las redes sociales. En el Figura 8 se muestra que el 40% de la muestra se abrió un perfil por primera vez en una red social antes de los 14 años, un 20% justo a los 14 años, otro 20% entre los 14 y 16 años, un 10% de los 16 años en adelante, y el 10% restante tenía ya cumplidos los 25 años cuando se abrió por primera vez un perfil.

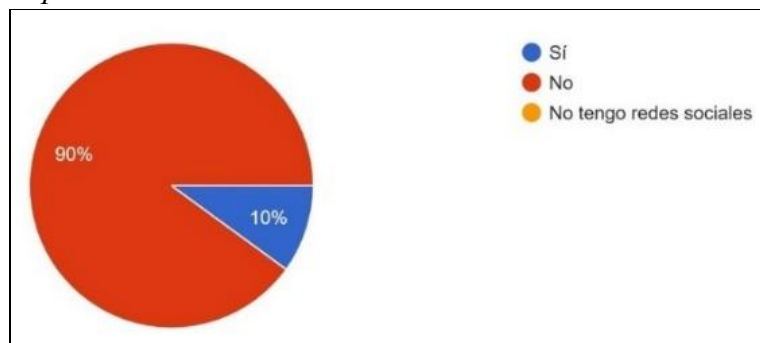
Figura 8. Edad red social.



Fuente: Elaboración propia.

El 90% de los que se abrieron un perfil en una red social con 16 años o más no leyeron previamente las condiciones del servicio y la política de privacidad, frente al 10% que sí lo hizo (Figura 9).

Figura 9. Política de privacidad.



Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, se preguntaba en el cuestionario la opinión acerca de si el uso excesivo de las redes sociales puede tener consecuencias negativas para la salud mental, como por ejemplo depresión, aislamiento, irritabilidad, insomnio o ansiedad, entre otras. La totalidad de la muestra confirma los posibles efectos negativos que puede tener el uso excesivo de las redes sociales. Se detallan a continuación los principales motivos expuestos:

“Por supuesto, cuánto más joven se empieza más riesgos psicológicos tienes, todavía no has terminado de formar tu personalidad ni criterios propios, y con ello estás expuesto a muchos factores de riesgo”.

“Aislamiento sí, al final te centras en estar en las redes y no con familia o amigos”.

“Sí, puede derivar a compararse constantemente ya que ver vidas tan perfectas puede provocar que uno se sienta insuficiente, también llevar al aislamiento debido a la dependencia que genera, o a la depresión”.

“Sí. Sobre todo, ansiedad y depresión”.

“Sí, por la dependencia que puede generar”.

“Sí, porque las personas en redes sociales quieren mostrar una realidad de escenarios positivos e ideales, pero la realidad es que nadie muestra los malos momentos. Así que eso genera comparaciones y otros sentimientos como los mencionados”.

“Sí, puede provocar irritabilidad y aislamiento”.

“Sí, considero que puede generar una dependencia a estar conectado con el mundo a través de la tecnología”.

Finalmente, se solicitó a los encuestados que comentaran las ventajas y desventajas que consideraban que ha proporcionado la comunicación digital, teniendo en cuenta el entorno en el que nos encontramos, en el cual la tecnología digital ha conseguido eliminar las barreras geográficas en la comunicación. A pesar de ello los expertos afirman que se ha debilitado considerablemente la comunicación oral (tanto telefónica como cara a cara). Las respuestas más destacadas de los encuestados se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 1. *Ventajas y desventajas de la comunicación digital.*

Ventajas de la comunicación digital	Desventajas de la comunicación digital
Si llevas mucho tiempo sin ver a esa persona y quieres hablar con ella, y lo haces por ejemplo por videollamada, te sentirás más contento debido a que has visto de nuevo a esa persona; también porque podéis mandaros vídeos, fotos, audios...	Como esto siga así, la comunicación telefónica o personal puede llegar a desaparecer si abusamos mucho de las aplicaciones móviles, por lo que debemos de tener más en cuenta otros medios como por ejemplo el teléfono fijo, las cartas...
Más conectividad, comunicación e información.	Sesgos, bulos, manipulación, exposición personal y de menores, etc.
Podemos estar en contacto de forma inmediata.	Las personas se han acostumbrado a las relaciones basadas en la inmediatez sin darle espacio a la reflexión, además que ha debilitado las relaciones interpersonales porque las personas no interactúan de la misma forma desde que existen las redes y la comunicación telefónica.
Acerca personas.	Pérdida de calidad de la comunicación.
Poder estar más informado y actualizado.	El móvil es una droga, y pierdes muchas ventajas de la comunicación oral.
Poderte comunicar con quien sea cuando sea sin importar la distancia.	El aislamiento del ser humano y el sedentarismo que provoca.
Más conocimiento de otros lados del mundo sobre sus noticias.	Demasiados bulos e información falsa.
Rapidez e inmediatez.	Pierdes contacto visual y empatía.
Estás cerca de las personas que viven lejos tuyo, puedes avisar emergencias a gran velocidad, puedes estar en contacto con muchas personas a la vez.	Ninguna depende del uso que le dé cada persona.
Inmediatez, la posibilidad de mantenerte informado en todo momento.	La sobreinformación y las <i>fake news</i> , el trato personal, la dopamina inmediata, problemas

Estudio de la comunicación digital y la participación en las redes sociales:
conectividad exacerbada y política de privacidad de datos

	psicológicos y de salud y la poca posibilidad de estar solo o mantenerte desconectado.
Mantener contacto a diario con personas lejanas.	Adicción que se genera con este uso.
Mayor conexión con la Sociedad.	Demasiado tiempo delante de pantallas.
Puedes hablar con personas que estén muy lejos, puedes hablar al instante, además de ser una forma muy practica ya no para comunicarnos, sino que hay mucha gente que lo usa también para trabajo.	Menos comunicación “persona a persona”. Dependemos de ello.
Es muy fácil mantener contacto con las personas a larga distancia.	Cada vez hay más ansiedad para entablar conversaciones telefónicas.
Ha permitido que nos comuniquemos desde distintos lugares y ante prácticamente cualquier situación.	Hemos perdido el contacto personal en muchas ocasiones.
Acceso en tiempo real. Permite que las personas se comuniquen a cualquier hora, adaptándose a sus ritmos y evitando las limitaciones de las zonas horarias.	Menor calidad en la comunicación interpersonal: La falta de contacto físico y gestos en las interacciones digitales puede llevar a malentendidos y a una comunicación menos emocional y empática.
Facilidad en el acceso a la información.	Dependencia y distracción: La accesibilidad constante a los medios digitales puede hacer que las personas se vuelvan dependientes y que distraigan su atención de las interacciones presenciales.
Conexión instantánea y comunicación rápida.	Aislamiento social: Aunque estamos más conectados digitalmente, la facilidad de comunicación virtual puede llevar a un menor esfuerzo en mantener relaciones en persona, generando soledad o desconexión en el ámbito social real.
Comodidad.	<i>Cyberbullying</i> . Adicción.
Comunicación instantánea.	Es usado para delitos o difusión de odio.
Puedes mantener el contacto con personas lejanas.	Pérdida del contacto físico. Reducción de comunicación presencial, dependencia y aislamiento y perdida de habilidades comunicativas presenciales.
Permite comunicarse en tiempo real a distancias de millones de kilómetros. Ruptura de barreras geográficas.	Muchas personas carecen de una interacción emocional profunda porque confían demasiado en la comunicación en línea y descuidan la comunicación cara a cara. Provoca aislamiento, ansiedad, depresión,

	déficit de atención y disminución del contacto cara a cara.
Accesibilidad y rapidez: Podemos enviar mensajes y recibir respuestas al instante, sin importar la distancia física. Esto no solo mejora la eficiencia en el trabajo, sino que permite una comunicación inmediata entre personas en diferentes países y husos horarios.	Despersonalización: La comunicación digital puede ser menos cercana que la comunicación presencial o telefónica. No tener contacto visual ni escuchar el tono de voz puede llevar a malentendidos y hace más difícil expresar emociones y empatía, elementos clave en las relaciones humanas.
Conectividad global: La comunicación digital ha roto barreras geográficas, permitiendo que personas y empresas se conecten y colaboren a nivel global. Esto ha promovido la multiculturalidad y el intercambio de ideas, además de facilitar el comercio internacional.	Distracciones y sobrecarga de información: La constante disponibilidad de mensajes y notificaciones puede ser abrumadora y afecta la capacidad de concentración. Esta sobrecarga informativa puede conducir a una comunicación menos efectiva y a una menor capacidad para prestar atención en interacciones cara a cara.

Fuente: *Elaboración propia.*

5. DISCUSIÓN

Nos encontramos con uno de los dilemas más preocupantes que afecta a los jóvenes de nuestra sociedad. Por un lado, la era de la globalización en las tecnologías de la información les ha hecho potentes a la hora de conectarse a las plataformas digitales. Conocen cuales son las formas para acceder a ellas, grabar videos y enviarlos, conocer a gente por las redes, ceder sus datos privados desconociendo la implicación que conlleva la propiedad intelectual de cada uno, además de la propia adicción que conlleva la conectividad exacerbada, entre otros muchos aspectos.

En el marco teórico de esta investigación se ha destacado como la comunicación está cambiando a pasos agigantados. Internet, las redes sociales, plataformas donde crear, subir y visualizar contenidos se han convertido en los canales predilectos por los jóvenes para comunicarse. Los riesgos asociados a esta dependencia tecnológica de las redes sociales no son sólo jurídicos, sino también psicológicos y sociales. Se ha demostrado que el uso intensivo de las redes sociales puede perjudicar la salud mental de los menores, afectando su autoestima y generando síntomas de ansiedad y depresión (Bozzola *et al.*, 2022).

En esta investigación hemos detectado varios puntos relevantes que cabe destacar:

- Comunicación: si bien los jóvenes utilizan hoy en día su propio teléfono móvil que da lugar a una conectividad exacerbada, debemos de revisar qué canales tradicionales de comunicación han dejado de utilizar. Como hemos comprobado, más del 60% de los estudiantes siguen utilizando su teléfono para realizar un par de llamadas al día, fomentando así su comunicación verbal, cuestión necesaria para la incorporación al mundo profesional; frente a un 40% que prefiere enviar mensajes para comunicarse, sin la necesidad de tener que escuchar de manera activa a la otra persona. Incluso cuando les invitamos a que nos comenten cual es la manera que prefieren para felicitarles, el 50% prefiere mensajes de WhatsApp, y otro 10% lo hace mediante redes sociales. Esto

nos hace plantearnos como los canales de comunicación tradicional están en desuso frente a una comunicación más digital. Siguiendo los estudios de Abanades Sánchez y Vargas Delgado (2025) aunque la comunicación digital fomenta la conectividad, puede limitar la calidad de las relaciones humanas debido a la falta de elementos no verbales como el lenguaje corporal y las señales emocionales.

- Conectividad exacerbada: se ha considerado en esta investigación las implicaciones del excesivo tiempo que pasan conectados los jóvenes a herramientas, plataformas, etc. La gratificación inmediata, la necesidad de aprobación externa a través de “likes” y la exposición constante a modelos idealizados influyen negativamente en el desarrollo emocional de los adolescentes (De Felice *et al.*, 2022). Los resultados reflejan que el 60% de los encuestados utiliza el teléfono móvil de 3 a 6 horas diarias (para cualquier finalidad). Un 20% lo utiliza de 6 a 9 horas diarias, y el 20% restante de 1 a 3 horas diarias. Se consideran cantidades de tiempo demasiado altas, si bien es cierto que son totalmente conscientes de lo que les puede pasar (la totalidad de la muestra confirma los posibles efectos negativos que puede tener el uso excesivo de las redes sociales: aislamiento, depresión, dependencia, irritabilidad, etc.).
- Privacidad de datos: sabemos que hoy en día es muy sencillo acceder a las plataformas digitales, aceptar determinadas condiciones y tener un total desconocimiento de lo que hemos aceptado y cómo se tratarán nuestros datos personales. Son los contratos electrónicos de adhesión de las redes sociales, tan extensos con tantas cláusulas de todo ámbito que excede con mucho el mero procesamiento de datos personales, por lo que sin la intervención de sus representantes legales son anulables (Arnaiz Boluda, 2024). Con respecto a la lectura de la política de la privacidad del sistema operativo del teléfono, el 100% de los encuestados confirma no haber leído la política de privacidad del sistema operativo la última vez que se compró un teléfono móvil. La mayoría ignora las implicaciones jurídicas de aceptar contratos de adhesión digitales, lo que evidencia la urgencia de reforzar la educación digital crítica desde edades tempranas. El 90% de los que se abrieron un perfil en una red social con 16 años o más no leyeron previamente las condiciones del servicio y la política de privacidad, frente al 10% que sí lo hizo. Se hace necesario que no solo las familias tengan conocimiento de las leyes de privacidad de datos y de los riesgos que supone que un menor acceda casi de manera inconsciente a las plataformas digitales, sino que también los centros educativos deben estar al tanto para que puedan desarrollar estrategias de prevención frente a los jóvenes.

Para finalizar, cuando les preguntamos sobre las ventajas y desventajas de la comunicación digital, son conscientes de que podemos estar conectados de forma inmediata con nuestros seres queridos aun encontrándose a miles de kilómetros de distancia. Podemos estar más informados de los acontecimientos en otros lugares del mundo, debido a la facilidad, inmediatez y acceso a la información. Se han roto las barreras geográficas favoreciendo tanto a organizaciones como particulares la conectividad global, multiculturalidad, intercambio de ideas, comercio electrónico, entre otros. Si bien los retos y desventajas siguen siendo múltiples y preocupantes: sesgos, bulos, manipulación de la información, suplantación de identidad, la sobreexposición de los menores a ciertos canales, la pérdida de la calidad de la comunicación y atención plena, el aislamiento, sedentarismo por la sobreexposición de horas, la sobreinformación y las *fake news*, la pérdida del trato personal, la dopamina inmediata, problemas psicológicos y de salud. La calidad de las relaciones interpersonales se ha visto mermada por la falta de contacto directo y el uso de la comunicación no verbal en las interacciones digitales, algo que fácilmente puede llevar a malentendidos y a una comunicación menos emocional y empática (Abanades Sánchez y Vargas

Delgado, 2025). Otros aspectos preocupantes son el *cyberbullying*, los delitos o la difusión con mensajes de odio. Las distracciones, sobrecarga de información o la constante disponibilidad de mensajes y notificaciones afecta a la capacidad de concentración. Esta sobrecarga informativa puede conducir a una comunicación menos efectiva y a una menor capacidad para prestar atención en interacciones cara a cara.

No cabe duda de las enormes posibilidades y avances que ha supuesto la digitalización y la comunicación a través de las redes sociales y u otras plataformas digitales, pero no se pueden obviar los desafíos, amenazas o riesgos que presentan, como la conectividad exacerbada de los jóvenes.

6. CONCLUSIONES

A continuación, se comentan las conclusiones extraídas de esta investigación.

- Gran parte de la sociedad hace un uso exacerbado de la comunicación digital, y actualmente tampoco pone límites al mismo.
- Las personas prefieren comunicarse por mensajes antes que a través de llamadas. Se ha pasado de una comunicación tradicional de conversar por teléfono al uso de la conectividad constante mediante distintos dispositivos móviles.
- Los jóvenes reconocen no ser conscientes de todas las políticas de privacidad de datos cuando acceden o se crean perfiles en redes sociales u otras plataformas.
- Los jóvenes confirman que una conectividad constante en el tiempo es perjudicial para la salud, causando problemas de depresión y ansiedad.
- Reconocen la pérdida de relaciones presentes hacia relaciones más líquidas, ya que no se puede comparar mantener relaciones de manera digital con vivirlas de manera presencial haciendo uso de la comunicación no verbal, la empatía y las emociones.
- Aunque existen multitud de ventajas por parte de la conectividad digital y estar conectado con miles de personas a pesar de la distancia, también existen desventajas como la despersonalización, las adicciones, la pérdida de contacto físico y el aislamiento social que provoca la comunicación digital.

Con respecto a los objetivos que nos habíamos marcado podemos confirmar nuestro planteamiento general: Indagar sobre el uso y la sobreexposición de conectividad que actualmente tienen los estudiantes en las plataformas digitales, para saber si conocen los riesgos y amenazas, así como las políticas de privacidad de datos y sus posibles consecuencias.

Tras el análisis descriptivo del marco de estudio y el análisis de resultados, se ha descrito la sobreexposición a la comunicación digital, así como el excesivo uso que realizan los estudiantes de las plataformas digitales y redes sociales. También se confirma el escaso conocimiento que poseen sobre las políticas de privacidad de datos. Son conscientes de las ventajas y desventajas que presenta dicha conectividad exacerbada.

Analizamos a continuación los objetivos específicos planteados:

- Conocer el escenario actual sobre el uso y conectividad por parte de los estudiantes en su día a día, así como las posibles consecuencias que esta conectividad conlleva en sus vidas.

La muestra afirma que en la mayoría de los casos existe una conectividad exacerbada, que en su día a día optan más por el uso de la conectividad digital que por una comunicación cara a cara. Prefieren un mensaje antes que una llamada, dejando para un uso secundario el tener que telefonar a otra persona.

- Indagar el uso que hacen de internet y si conocen realmente los recursos y consecuencias que conlleva la interactividad y el uso de los canales y redes digitales.

Aunque son conscientes de que una excesiva conectividad les puede ocasionar problemas de salud mental, depresión o ansiedad, siguen haciendo un uso masivo de la comunicación digital.

- Conocer la contratación electrónica, los términos y condiciones de algunas plataformas más relevantes como YouTube, Instagram y TikTok.

Los datos demuestran que actualmente no conocen los términos y las condiciones de las plataformas, además de constatar que son plataformas con una gran demanda de usuarios según los datos recogidos.

- Examinar las leyes de privacidad de datos que tienen las redes y las diferentes plataformas digitales y conocer hasta que medida los usuarios las descargan y las conocen.

Los resultados obtenidos confirman que los jóvenes apenas conocen las leyes de privacidad de datos existentes en las redes.

En definitiva, no cabe duda de que la comunicación digital ha expandido las posibilidades de conexión, pero resulta crucial equilibrar su uso con formas de comunicación más personales. Mientras las interacciones digitales son convenientes y fácilmente accesibles, las interacciones telefónicas y presenciales siguen siendo fundamentales para mantener relaciones interpersonales profundas, empáticas y emocionales. Todo ello fomenta el desarrollo de las habilidades sociales.

Otro de los grandes inconvenientes es la sobrecarga de contenidos nuevos generados día tras día en las redes sociales, difícilmente controlables y altamente peligrosos para los menores. Además, existe un gran desconocimiento de las leyes de privacidad de datos por parte de los usuarios, lo que genera que nuestros datos se encuentren expuestos de manera voluntaria y nuestra identidad pueda ser vulnerada con gran facilidad.

La comunicación digital ofrece numerables ventajas: permite conectarnos instantáneamente sin barreras geográficas, inmediatez, amplia cobertura, eficiencia, facilidad para las multitareas y fomenta la creatividad. Sin embargo, sigue teniendo importantes desventajas: reduce la interacción humana directa, genera dependencia digital, puede provocar malentendidos por la falta de tono emocional, desconecta a las personas de su entorno y provoca sobrecarga informativa.

En resumen, se hace necesario ser capaces de equilibrar la comunicación interpersonal cara a cara con la digital, para mantener relaciones significativas, mejorar la comprensión del mensaje y fortalecer las habilidades sociales. Concienciar a la sociedad y a todos los agentes implicados en la relevancia de formar a familias, instructores, docentes y estudiantes, puesto que no hay nada más básico, vital e importante que una comunicación efectiva, algo en lo que todos los agentes debemos involucrarnos para mejorar.

7. REFERENCIAS

- Abanades Sánchez, M. (2024). *Resultados sobre la violencia sexual en el escenario de la educación superior: realidad o ficción*. Editorial Tirant lo Blanch.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9736817>
- Abanades Sánchez, M. y Vargas Delgado, J. J. (2025). Transformaciones de la comunicación en la era digital: un análisis comparativo entre canales tradicionales y digitales [Communication transformations in the digital era: a comparative analysis between traditional and digital channels]. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 58, 1-17.
<https://doi.org/10.15198/seeci.2025.58.e935>
- Arnaiz Boluda, D. (2023). Privacidad vs Android. De la renuncia a nuestra privacidad frente a Google utilizando nuestros dispositivos celulares. *Revista Aequitas: Estudios sobre historia, derecho e instituciones*, 22, 363-402.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9075190>
- Arnaiz Boluda, D. (2024). Incapacidad de los menores de edad para registrarse en las redes sociales en España. *Anales de Derecho*, 41(1), 125-170.
<https://doi.org/10.6018/analesderecho.560071>
- Arnaiz Boluda, D. (2025). De la imperiosa necesidad de sobreregular la actividad del influencer menor de edad. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, 43,1-14.
<https://doi.org/10.7238/idp.v0i43.432635>
- Benoliel, U. y Becher, S.I. (2019). The duty to read the unreadable. *Boston College Law Review*, 60, 2255-2296. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3313837
- Bozzola, E., Spina, G., Agostiniani, R., Barni, S., Russo, R., Scarpato, E., Di Mauro, A., Di Stefano, A. V., Caruso, C., Corsello, G. y Staiano, A. (2022). The use of social media in children and adolescents: scoping review on the potential risks. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(16).
<https://doi.org/10.3390/ijerph19169960>
- Cabrera García-Ochoa, Y. (2010). El cuerpo femenino en la publicidad. Modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia. *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 8(3), 223-243.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v8i3.236>

- ChildWise. (2022). *Monitor Report, Research and Markets*. <https://www.childwise.co.uk/the-monitor-report>
- de Felice, G., Burrai, J., Mari, E., Paloni, F., Lausi, G., Giannini, A. M. y Quaglieri, A. (2022). How do adolescents use social networks and what are their potential dangers? A qualitative study of gender differences. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9). <https://doi.org/10.3390/ijerph19095691>
- Landa Reza, I. (2024). El Ministerio Fiscal frente al shatering: los canales y perfiles familiares en el punto de mira. *Revista Aranzadi de Derecho y Nuevas Tecnologías*, 66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9895681>
- Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. 08 de julio de 2022. BOE, No. 163. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311>
- Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil. 17 de enero de 1996. BOE, No. 15. <https://www.boe.es/eli/es/lo/1996/01/15/1/con>
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. 06 de diciembre de 2018. BOE, No. 294. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673>
- Loi 2020-1266, du 19 octobre 2020, visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne. 20 de octubre de 2020. JORF, No. 0255. <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000042439054>
- Lynch, B. K (1990). Designing Qualitative Research by Catherine Marshall and Gretchen B. Rossman. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1989. 175 pp [Reseña del libro Designing Qualitative Research, por C. Marshall y G. B. Rossman]. *Issues in Applied Linguistics*, 1(2), 268-275. Sage Publications. <https://doi.org/10.5070/L412004995>
- Mendoza Enríquez, O. A. (2021). El derecho de protección de datos personales en los sistemas de inteligencia artificial. *IUS Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla*, 15(48), 179-207. <https://doi.org/10.35487/rius.v15i48.2021.743>
- Morales Cáceres, A. (2021). El impacto de la inteligencia artificial en el Derecho. *Advocatus*, 039, 39-71. <https://doi.org/10.26439/advocatus2021.n39.5117>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2019). *Marco de competencias de los docentes en materia de TIC UNESCO*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371024>
- Real Decreto 444/2024, de 30 de abril, por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, en desarrollo del artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. 1 de mayo de 2024. BOE, No. 106. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2024-8716>

- Sandín, E. (2003). Investigación cualitativa en educación. Fundamentos y tradiciones. McGraw Hill. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=151994>
- Save the Children. (2024). 2024 estuvimos porque estuviste. <https://www.savethechildren.es/actualidad/nuestro-2024-contigo>
- Scolari, C. (2012). Comunicación digital. Recuerdos del futuro. *Profesional de la información*, 21(4), 337-340. <https://doi.org/10.3145/epi.2012.jul.01>
- Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Primera), de 19 de diciembre de 2013, C-9/12 - Corman-Collins. <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=53AC58756F272971E1DD4A6F261D395B?text=&docid=145906&pageIndex=0&doclang=ES&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=15979127>
- Vargas Delgado, J. J., Sacaluga Rodríguez, I. y Pérez Sánchez, J. (2024). Explorando la confluencia neuro comunicativa: análisis de la interdependencia entre rasgos de personalidad y patrones de consumo informativo en la detección de noticias falsas. Un estudio con estudiantes universitarios de periodismo y comunicación a través. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 1-16. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2281>
- Vuorikari, R., Kluzer, S. y Punie, Y. (2022). *DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens - With new examples of knowledge, skills and attitudes*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/115376>
- Wolfenstein, K. (17 de octubre de 2004). ¿Qué ventajas ofrecen las plataformas colaborativas frente a los modelos de trabajo tradicionales?. *Xpert Digital*. <https://xpert.digital/es/ventajas-de-las-plataformas-colaborativas>
- Zazo Correa, L. y Martínez-Fresneda Osorio, H. (2024). Estudio de los perfiles en TikTok de El Mundo, El País, ac2alityespanol y La Wikly para analizar las oportunidades informativas de esta red social para la audiencia joven [Study of the profiles on TikTok of El Mundo, El País, ac2alityespanol and La Wikly to analyze the informative opportunities of this social network for the young audience]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 01-13. <https://www.doi.org/10.4185/rlcs-2024-2180>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Conceptualización: Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Metodología:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Software:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Validación:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Análisis formal:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Curación de datos:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Redacción-Preparación del borrador original:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Redacción-Revisión y Edición:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Visualización:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Supervisión:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Administración de proyectos:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel. **Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Abanades Sánchez, Marta; Vargas Delgado, José Jesús; Vidal García, Marta Esmeralda y Arnaiz Boluda, Daniel.

Financiación: Esta investigación no ha recibido financiación externa.

Agradecimientos: El presente texto nace en el marco del grupo de investigación “Ecologías de aprendizaje en el s. XXI: competencias sociales y tecnológicas necesarias en el ámbito laboral”. Nuestro agradecimiento a los alumnos que han participado en la muestra, así como a la Universidad Europea.

Conflicto de intereses: Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con este estudio.

AUTORES

Marta Abanades Sánchez

Universidad Europea de Madrid

Profesora titular en Tª e Hª de la Educación. Acreditada en las figuras de Contratado Doctor y profesor de Universidad Privada. Aprobado sexenio de investigación. Doctora en Educación (Cum Laude) por la Universidad Europea de Madrid. Licenciada en Psicopedagogía y Diplomada en Educación Social. Cuenta con varios programas de postgrado: Máster Internacional en Coach Profesional y Ejecutivo, Máster en RRHH y Máster Universitario en Formación al Profesorado. Profesora de materias como habilidades sociales, habilidades directivas, competencias y liderazgo. Ha asumido diferentes cargos como directora de programas de postgrado, coordinadora en materias como TFG y prácticas en el área de Educación. Cuenta con colaboraciones en proyectos de investigación y actualmente IP del proyecto interno: “Ecologías de aprendizaje en el Siglo XXI. Competencias sociales y tecnológicas necesarias en el ámbito laboral”.

marta.abanades@universidadeuropea.es

Índice H: 5

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-4303-6332>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=yjyFbFcAAAAJ&hl=es&oi=ao>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Marta-Abanades/research>

José Jesús Vargas Delgado

Universidad Europea de Madrid

Catedrático de Publicidad y Comunicación Transpersonal de la Universidad Europea. Sexenio de investigación concedido por la ANECA. Doctor acreditado en Comunicación Persuasiva. Director de la titulación de Publicidad (2021-2022). Director del Máster Universitario en Marketing y Comunicación de la Universidad Europea (2016). Decano de la Universidad Europea de Canarias (UEC) (2012-2014). Director del Departamento de Publicidad y Contenidos en la Universidad Europea (2002-2012). 25 años de experiencia docente de grado y postgrado, impartiendo múltiples materias vinculadas con las áreas: Creatividad, Comunicación verbal y no verbal, Oratoria, Comunicación Persuasiva, Comunicación Transpersonal, Inteligencia Emocional, Estrategia, Liderazgo, Habilidades Directivas, Mindfulness, Bienestar laboral y organizaciones saludables. Múltiples colaboraciones externas como profesor invitado experto con muchas instituciones. Más de 78 publicaciones científicas. Más de 57 congresos científicos nacionales e internaciones. 5 tesis doctorales dirigidas. Consultor Mindfulness en la clínica Onelife (2017-2025).

jjesus.vargas@universidadeuropea.es

Índice H: 9

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-4109-611X>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=E8VTKlwAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Vargas-Delgado>

Marta E. Vidal García

Universidad Europea de Madrid

Profesora titular en Organización y Dirección de Empresas en la Universidad Europea. Acreditada como profesora titular por la ANECA. Doctora en Dirección y Organización de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas y MBA (*ESADE Business School*); *CEMS Master's in International Management* (*Rotterdam School of Management*); Máster en Formación del Profesorado (UCM). Ha desarrollado parte de su actividad profesional como consultora en PricewaterhouseCoopers y Accenture. Premiada por su participación en prácticas y jornadas de innovación docente. Sus principales áreas de investigación son RRHH, innovación educativa, estrategia corporativa, *portfolio management*, y *corporate governance*. Participación en numerosos congresos y ponencias, a nivel nacional e internacional, catorce artículos de revista publicados en primeros cuartiles del JCR y SJR, autora de numerosos capítulos de libro.

martaesmeralda.vidal@universidadeuropea.es

Índice H: 14

Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0000-6872-2227>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55876020000>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/LCD-9525-2024>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?hl=es&user=Zio7y7gAAAAJ>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Marta-Vidal-10>

Daniel Arnaiz Boluda

Universidad Europea de Madrid

Profesor doctor de Contabilidad, Estadística y Econometría en los Grados de Administración y Dirección de Empresas, Business Analytics y Gestión Deportiva. Doctor en Derecho y Economía cum laude 2019 por la Universidad San Pablo CEU. Máster Universitario en Derecho Empresarial 2012. Doble Licenciado en Derecho (2009) y Administración y Dirección de Empresas (2011). Abogado ejerciente del Ilustre Colegio de Abogados de Madrid (2010). Coordinador de asignaturas con entre tres y seis profesores docentes. Miembro de tribunales de TFG y TFM desde 2020. Miembro de los equipos de investigación [JER] Justice, Ethics and Responsibility y Digital Ethics.

daniel.arnaiz@universidadeuropea.es

Índice H: 2

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2564-5748>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=Daniel Arnaiz Boluda>



Revista de Ciencias de la Comunicación e Información

ISSN: 2695-5016

ARTÍCULOS RELACIONADOS:

- Aranda Serna, F. J. (2024). Los retos jurídicos del metaverso: aproximación a los riesgos y desafíos que plantea para la identidad digital. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-627>
- Candón-Mena, J. y Montero-Sánchez, D. (2023). Lógicas y orientaciones del activismo digital. Del uso y la apropiación al desarrollo de herramientas autónomas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 297-313. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1891>
- Conde, M. A. (2024). Explorando las tendencias y tácticas de control en internet: un análisis global de los bloqueos y censura en redes sociales. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 57, 1-19. <https://doi.org/10.15198/seeci.2024.57.e870>
- Medranda, E. E. A., Montenegro, D. F. Z. y Mero, Á. S. M. (2024). Revisión sistemática de la literatura sobre privacidad de datos en aplicaciones móviles: Systematic literature review on data privacy in mobile applications. *Revista Científica Multidisciplinar G-Nerando*, 5(2), 93-115. <https://doi.org/10.60100/rcmg.v5i2.258>
- Valdospin Sánchez, S. P., Soto Galarza, I. A. y Cisneros Prieto, E. A. (2024). Modelos de Gestión en Privacidad de Datos de Salud Pública. *Revista Científica*, 9(34), 41-62. <https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2024.9.34.2.41-62>