

## **La privacidad por defecto en las Redes Sociales\***

**Nayibe Chacón Gómez\*\***

**Resumen:** Desde que están las personas conviviendo en sociedad, existe información que por algún motivo no quieren que otros conozcan o que solo desean compartir a cuenta gotas. Se suele citar como antecedente remoto del interés que se tiene sobre la protección de datos personales la obra “*On liberty*” de Stuart Mill de 1859, la cual “consideraba que los aspectos concernientes al individuo consistían en el derecho a una absoluta independencia sobre sí mismo, sobre su cuerpo y mente; el individuo era soberano...”<sup>1</sup> Con la masificación del uso de las tecnologías de la información y comunicación, y especialmente con el boom de las últimas dos décadas de las llamadas “tecnologías disruptivas” y muy especialmente las redes sociales, a través de las cuales se crea, almacena y manipula cada vez más información de las personas. Se ha puesto en evidencia la necesidad de adecuar previamente los dispositivos para que sea la privacidad la primera opción o la opción automática y en caso contrario, es decir, cuando se desee que la información sea pública, sea el titular de la misma quien decida que así sea. Si bien a primera vista este artículo no parece tener contenido jurídico, nada más lejos de la actual realidad, ya que pretendemos acercar las situaciones y conceptos de la tecnología al Derecho, puesto que cada vez más ordenamientos jurídicos regulan preventivamente el tratamiento de datos personales por medio de la incorporación de principios o compromisos que los responsables de los ficheros de datos recogidos y almacenados deben cumplir.

**Palabras claves:** Protección de Datos, Privacidad, Redes Sociales.

---

\* Este artículo forma parte de la investigación: La Protección de Datos Personales en la Sociedad Red: estudio para una regulación nacional, presentada por la autora como trabajo de ascenso a la categoría de Profesora Titular en la Universidad Central de Venezuela, admitido con Mención Honorífica en fecha 18 de octubre de 2017.

\*\* Abogada, Especialista en Derecho Mercantil, Doctora en Ciencias, Mención Derecho. Profesora Titular adscrita a la Sección de Derecho Mercantil del Instituto de Derecho Privado de la Universidad Central de Venezuela. Directora General de la Sociedad Venezolana de Derecho Mercantil – SOVEDEM. nayibe.chacon@gmail.com

<sup>1</sup> PADILLA ARELLANO, José: Protección de Datos Personales: propuestas para mejorar su normativa en México. DEJURE Revista de Investigación y Análisis. No. 1. 3era época. Universidad de Colima. Colima, México, noviembre 2008. p. 234.

## Presentación:

A manera de entrada en contexto, se pudiera pensar que las Redes Sociales constituyen un acontecimiento reciente, lo cierto es que se trata de un hecho que viene manifestándose desde hace décadas, quedando claro su surgimiento tuvo lugar a partir de la consolidación de la red Internet, aproximadamente en 1995. Es desde entonces cuando comienzan a emerger muchos de los grandes servicios que dominan actualmente el mercado virtual, tales como los de correo electrónico, almacenamiento de documentos, intercambio de archivos y compras virtuales, así como cientos de servicios menores y anuncios publicitarios. Si a finales de la primera década del siglo XXI no entendíamos como habíamos vivido sin Internet, hoy no sabemos cómo manejar nuestras relaciones sociales sin estas redes de comunicación global.

“Las Redes Sociales son sin duda alguna las principales plataformas de comunicación en los medios sociales, porque son las que mejor permiten a los usuarios relacionarse entre sí, mediante el intercambio de experiencias y eventos de su vida diaria y la interconexión entre diferentes grupos de amigos de cada usuario.”<sup>2</sup>

### 1. ¿Cómo entender jurídicamente el fenómeno de las Redes Sociales?

Lo primero que debemos atender, es una definición jurídica o legal de Redes Sociales, para lo cual citaremos el Grupo Europeo de Autoridades de Protección de Datos,<sup>3</sup> en el documento sobre redes sociales online, denominado: *Opinión 5/2009*<sup>4</sup> donde las han definido como “las plataformas de comunicación en línea que permiten a individuos unir o crear las redes de usuarios de la misma opinión” y cuyas características comúnmente establecidas son: 1. Invitan a usuarios a proporcionar datos personales con el objetivo de generar una descripción de ellos o “el perfil”. 2. Los servicios de Redes Sociales

---

<sup>2</sup> BONNELLY RICART, Rafael: **La Huella Social: Cómo los usuarios tomaron control de Internet**. Ediciones de El Nacional. Caracas, 2011. p. 41.

<sup>3</sup> Ver sobre las actividades del Grupo Europeo de Autoridades de Protección de Datos, Disponible en línea: [http://ec.europa.eu/justice\\_home/fsj/privacy/index\\_en](http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/index_en). Última consulta: 01/11/2019.

<sup>4</sup> Grupo Europeo de Autoridades de Protección de Datos, *Opinión 5/2009*, Disponible en línea: [http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2009/wp163\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2009/wp163_en.pdf) Última consulta: 01/11/2019.

también proporcionan los instrumentos que permiten a usuarios fijar su propio material (el contenido generado por el usuario puede ser una fotografía o una entrada de diario, la música o el clip vídeo o se vincula a otro sitio). 3. La “interconexión social” permiten a cada usuario crear una lista de contactos, con la cual los usuarios pueden interactuar recíprocamente.

Así, las Redes Sociales generan la mayor parte de su ingreso por la publicidad que se muestra junto a las páginas Web de la Red Social a la cual tienen acceso los usuarios. Se destaca que los usuarios que fijan grandes cantidades de información sobre sus intereses, en sus perfiles ofrecen un mercado refinado a anunciantes que desean colocar publicidad basada en aquella información.

El núcleo de las actividades de algunas Redes Sociales, tales como *Twitter* y *Facebook*, consiste en una interfaz social que permite a los usuarios que se encuentran registrados en la misma, a través de la creación de una cuenta, relacionarse y entrar en contacto con los demás usuarios de inmediato al navegar en la página. La interfaz puede permitir igualmente compartir determinados tipos de archivos, específicamente contenido de tipo visual, así como archivos musicales y direcciones web, todo ello integrado con el diseño y la orientación de la creatividad.

De la misma manera, las Redes Sociales pueden incorporar otros servicios como el chat o sala de conversación, los juegos online, la posibilidad de enviar regalos en combinación con mensajes, mensajería privada y toda una serie de elementos lúdicos.

Siendo que el número de usuarios de estas Redes Sociales es cada vez mayor y la cantidad de información personal que suben a través de esos portales son inconmensurables, los encargados en el procesamiento de datos han dado a la tarea de inventar una fórmula o herramienta que permitiera acceder y usar esa información. Así aparece el insumo para el *big data*, que hace referencia directa a las gigantescas cantidades de información digital controlada por compañías, autoridades y otras organizaciones, y que están sujetas a un análisis extenso basado en el uso de algoritmos.

Tal como apunta la autora Elena Gil, en su libro: *Big data, privacidad y protección de datos*, no es una tecnología en sí misma, sino más bien un planteamiento de trabajo para la obtención de valor y de beneficios como consecuencia del tratamiento de los grandes volúmenes de datos que se están generando día a día.<sup>5</sup>

Esta relación simbiótica entre Redes Sociales y *big data* queda claramente presentada cuando vemos que a la fecha éstas han alcanzado un número importante de usuarios,<sup>6</sup> convirtiendo a estas redes en el foco de atención de anunciantes y proveedores de todo tipo de bienes y servicios interesados en llegar a interactuar con esos potenciales consumidores y usuarios de sus marcas y productos.

Así uno de los elementos más exitosos de muchas de las Redes Sociales ha sido su capacidad para anticipar que cierta información de los usuarios (si no toda), debía estar al alcance de los anunciantes para permitirle a sus respectivos asesores publicitarios diseñar mejores campañas en función de los gustos personales de los usuarios.

La generalidad de las Redes Sociales que actualmente son utilizadas cuenta con una estructura similar, donde podemos identificar al menos dos personajes que interactúan en la red: 1. El proveedor de la Red Social, aquella persona natural o jurídica, que proporcionan la infraestructura de la Red Social; y 2. El usuario de la Red Social: aquella persona natural o jurídica, que crea una cuenta de Red Social.

Entre estos dos actores se desarrollan distintos tipos de relaciones, todas basadas en la confianza que se tiene en el uso de la Red Social, sobre todo porque las Redes Sociales

---

<sup>5</sup> GIL, Elena: *Big data, privacidad y protección de datos*. Agencia Española de Protección de Datos. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Madrid, 2016. Disponible en línea: [https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/premios\\_2015/Big\\_Data\\_Privacidad\\_y\\_proteccion\\_de\\_datos.pdf](https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/premios_2015/Big_Data_Privacidad_y_proteccion_de_datos.pdf) Última consulta: 01/11/2019

<sup>6</sup> “Según el análisis efectuado por *ComScore*, y para hacernos una idea de la dimensión del fenómeno, sólo el servicio de red social *Facebook*, el sexto sitio más visitado del mundo, registra 275 millones de visitas al mes. En Europa, el pasado mes de febrero, unos 100 millones de personas habrían accedido al servicio *Facebook*, que supone cuatro de cada cien minutos pasados en línea y representa más del 30 % del tiempo total invertido en sitios de RSC, frente a sólo un 12 % el año anterior.” Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema «Repercusión de las redes sociales de comunicación e interacción en el ciudadano/consumidor», Ponente: Jorge Pegado Liz, Disponible en línea: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:128:0069:0073:ES:PDF> Última consulta: 01/11/2019

se inician y se mantienen a través de suministrar y compartir información entre los usuarios sus amigos o seguidores, información que ha sido solicitada y que se encuentra depositada en los servidores del proveedor de la Red Social.

A los fines de esta colaboración nos dedicaremos a examinar solamente a los Usuarios de las Redes Sociales cuyos datos requieren protección, e iniciaremos en determinar que cuando se utiliza la palabra “Usuario” nos estamos refiriendo a una categoría propia de personas, es decir, aquellas que se encuentran reguladas de manera especial y en algunos casos excepción por el Derecho de Consumo.

El Usuario de las Redes Sociales es aquella persona natural o jurídica que utiliza, por cualquier motivo, los servicios de las Redes Sociales. En este sentido, se podría incorporar a la denominación de «Destinatario del servicio» o «destinatario» que otorga la Ley Española 34/2002, para la: “persona física o jurídica que utiliza, sea o no por motivos profesionales, un servicio de la sociedad de la información.”

Los Usuarios de las Redes Sociales han sido clasificados a través de su “perfil tecnográfico”, tomando en consideración las actividades que éstos desarrollan en las redes y su nivel de participación, así tenemos:<sup>7</sup>

1. *Los creadores*: aquellos que se caracterizan desarrollar todas o algunas de las siguientes actividades: publicar en blogs, tener sus propias páginas web, crear y subir videos y/o música tanto propia como de otros, y escribir y publicar artículos.
2. *Los conversadores*: aquellos que se caracterizan principalmente por actualizar sus perfiles constantemente en todas las Redes Sociales en las que participan.
3. *Los críticos*: aquellos que se caracterizan por crear entradas y comentarios sobre productos y servicios en la red.
4. *Los coleccionistas*: aquellos que se caracterizan por utilizar los buscadores sociales de noticias y demás servicios de distribución de contenidos-

---

<sup>7</sup> BONNELLY RICART, Rafael: **La Huella Social**:..., ob. cit., pp. 31-32.

5. *Los que se apuntan*: aquellos que se inscriben en alguna Red Social y mantienen su perfil sin actualización.
6. *Los espectadores*: aquellos que se caracterizan por leer, escuchas y ver comentarios y productos de los demás usuarios.
7. *Los inactivos*: aquellos a quienes no le importa o no le interesa el mundo digital y lo que ocurra en éste, aunque tienen acceso al mismo.

De la clasificación anotada podemos destacar, como lo hacen los autores,<sup>8</sup> que ciertos sujetos que frecuentan la red son simples usuarios que navegan en busca de información; otros (que cada vez se confunden más con los anteriores) son propietarios o licenciarios de información en forma de contenidos protegidos, lo que tienen en común todo tipo de usuario, es que todos ellos dispensan información a la Red Social desde el momento que se registran para acceder a ella.

## **2.- ¿Qué está pasando con el derecho a la privacidad y la protección de los datos personales en las Redes Sociales?**

Para abordar en torno a una respuesta, anotaremos las precisiones realizadas por Mariliana Rico Carrillo dado el gran número de demandas en contra de los proveedores de servicios de Redes Sociales se han realizado y se realizan constantemente modificaciones de las reglas de funcionamiento técnicas originales de algunas Redes Sociales.

La profesora Rico Carrillo dedica su estudio al caso de *Facebook*, y los cambios en las políticas de privacidad del *Facebook* que ha tenido que acometer en los últimos años, circunstancia que obedece a las ya citada demandas entabladas en contra de la compañía por violación del derecho a la privacidad.

---

<sup>8</sup> ÁLVAREZ AMÉZQUITA, David Felipe, Julio Cesar Padilla Herrera, Andrea Liliana Garzón Zuluaga y Laura Yolanda Muñoz Hernández: **Proveedores de Servicios de Internet y de contenidos, responsabilidad civil y derechos de autor**. En: *Studiositas*, edición de diciembre de 2009, 4 (3). p. 52. Disponible en línea: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3658940.pdf> Última consulta: 01/11/2019.

En la actualidad, podemos afirmar que si existen políticas de privacidad *Facebook* –y también en otras RSI– en tanto que su funcionamiento que permite crear cuentas protegidas y los propios usuarios pueden establecer el nivel de privacidad en la red. *Facebook* cuentan con mecanismos que permiten a los usuarios determinar el tipo de información visible para el público en general y elegir que verán sus contactos y que no.

El problema que se presenta en este ámbito es que la mayoría de las personas que se dan de alta no se toman el tiempo de leer las políticas de privacidad de la página – algunos ni siquiera saben que existen– y que la configuración original por defecto permite a quien acceda a Internet, visualizar la información de carácter personal suministrada por el usuario.<sup>9</sup>

En cuanto a la protección de los datos personales, debemos tener presente que los usuarios de las Redes Sociales pueden ver comprometidos sus datos personales, por tres situaciones distintas:

**1º con el registro como usuario**, ya que en ese momento es necesario el suministro de ciertos datos de carácter personal, durante la actividad en la red los usuarios también publican información personal y familiar e información de terceros. Estos datos pueden ser captados tanto por los proveedores de servicio como por el resto de los usuarios de la red, situación que plantea la aplicación de la normativa sobre protección de datos personales a estos sujetos.

La profesora Mariliana Rico Carrillo, establece que en estos casos para que se dé lugar a la aplicación de la normativa española sobre protección de datos será necesario el cumplimiento de tres (3) requisitos:

- (i) que se trate de datos de carácter personal,
- (ii) que el usuario de la red ostente la cualidad de interesado,
- (iii) que realmente se produzca un tratamiento de datos en los términos indicados en la ley.

---

<sup>9</sup> RICO CARRILLO, Mariliana: **El ejercicio de los derechos fundamentales y las libertades públicas a través de Facebook**. Revista Derecho y Tecnología de la Universidad Católica del Táchira, No. 14, año 2013. p. 117-118.

**2º con la realización de actividades por el usuario una vez registrado o que ha creado su cuenta**, en particular se trata de la información que es colocada de manera voluntaria por el usuario de la red, que puede ser accedida y/o utilizada por terceros, en perjuicio de la privacidad de su creador.

**3º con la cancelación de la cuenta**, se refieren específicamente a la problemática que causa la indexación de los perfiles en los diferentes buscadores, ya que aunque los usuarios se hayan dado de baja de la Redes Sociales, su información no se desincorpora automáticamente en las bases de datos de los buscadores.

En la búsqueda de la protección de los datos de los usuarios de las Redes Sociales, las leyes que regulan la materia, han incorporado ciertos compromisos que los responsables de los ficheros de datos recogidos y almacenados deben cumplir, tales como el principio de responsabilidad (*accountability*) o el principio de privacidad por defecto.

El principio de responsabilidad (*accountability*) conlleva la obligación por parte del responsable del fichero de datos de aplicar los principios de la protección de datos. La inclusión de dicho principio en las legislaciones nacionales sobre protección de datos se centraría en dos elementos principales: i) la necesidad de que el responsable del tratamiento adopte medidas adecuadas y eficaces para aplicar los principios de protección de datos; y ii) la necesidad de demostrar, si así se requiere por parte de la autoridad de control independiente o por el propio titular de los datos, que se han adoptado medidas adecuadas y eficaces; así pues, el responsable del tratamiento de datos deberá aportar pruebas.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Grupo de Trabajo de Protección de Datos del Artículo 29. **Dictamen 3/2010 sobre el principio de responsabilidad.** Adoptado el 13 de julio de 2010. Disponible en línea: [http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp173\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp173_es.pdf) Última consulta: 01/11/2019. Este Grupo se creó en virtud del artículo 29 de la Directiva 95/46/CE. Se trata de un organismo europeo, con carácter consultivo e independiente, para la protección de datos y el derecho a la intimidad. Sus funciones se describen en el artículo 30 de la Directiva 95/46/CE y en el artículo 15 de la Directiva 2002/58/CE. Desempeña las labores de secretaría la Dirección C (Derechos Fundamentales y Ciudadanía de la Unión) de la Comisión Europea, Dirección General de Justicia, B-1049 Bruselas, Bélgica, despacho LX-46 01/190. Página web: [http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/index_en.htm) Última consulta: 19/10/2019.



Por su parte, el principio de privacidad por diseño (*Privacy by Design*), parte del concepto fue acuñado en la década de los noventa por Ann Cavoukian, Comisionada de Información y Privacidad de Ontario, Canadá; y refiere tanto a una filosofía como a un enfoque por el cual la privacidad se encuentra integrada en el diseño tecnológico mismo, consistente con la arquitectura del sistema de información y con el modelo de negocios. Se presenta como una forma de asegurar que la privacidad va a estar garantizada ante los cambios tecnológicos.<sup>11</sup>

Y finalmente citaremos el principio de privacidad por defecto (*Privacy by Default*), que para algunos autores forma parte de la privacidad por diseño, no obstante, en nuestra consideración se trata de un principio autónomo que conduce a que la necesidad de que la persona otorgue su consentimiento para compartir sus datos. Así, la privacidad por defecto se refiere a que cualquier sistema ha de estar configurado de forma que, por defecto otorgue una mayor protección a la privacidad de las personas, de modo que, no se comparta la información del usuario salvo que éste realice una acción o cambie su configuración.

La privacidad por defecto otorga un mayor control sobre la propia información ya que, el usuario está protegido, aunque no haga ninguna acción y decide libremente cuándo, cómo y con quién, comparte sus datos.<sup>12</sup>

### **Conclusión:**

A esta lista de principios también se les suma otras prácticas deseables que deben adoptar las Redes Sociales para la protección de los datos personales, tales como la incorporación de códigos de conductas para los usuarios, la identificación clara y precisa

---

<sup>11</sup> Ver más sobre *Privacy by Design* en el trabajo de profesora BRIAN NOUGRÈRES, Ana: **La protección inteligente de los datos personales: Privacy by design (PbD)**. Universidad de los Andes. Facultad de Derecho (Bogotá, Colombia) No. 1 Julio - Diciembre de 2012. Disponible en línea: [https://habeasdatacolombia.uniandes.edu.co/wp-content/uploads/ok6\\_-Ana-Brian-Nougreres\\_FINAL.pdf](https://habeasdatacolombia.uniandes.edu.co/wp-content/uploads/ok6_-Ana-Brian-Nougreres_FINAL.pdf) Última consulta: 01/11/2019.

<sup>12</sup> VIVET TAÑA, Laura: **Big Data y Privacy by Design (PbD)**. Observatorio Iberoamericano de Protección de Datos. Disponible en línea: <http://oiprodat.com/2014/07/23/big-data-y-privacy-by-design-pbd/> Última consulta: 01/11/2019.

sobre las políticas de almacenamiento y de las llamadas *Cookies*,<sup>13</sup> entre otras; el tratamiento exhaustivo de todas estas harían nuestro artículo infinito o de imposible publicación, ya que mientras yo escribo y usted lee se están creando nuevas Redes Sociales y nuevas aplicaciones tecnológicas con retos igualmente nuevos para la ciencia jurídica en cuanto a los derechos de protección de los datos de carácter personal.

Lo cierto es que cada vez más estamos inmersos en la tecnología y en la posibilidad de “conocer” personas y lugares por medio de estas redes, y cada vez son más el número de actividades cotidianas que hacemos depender de las interacciones a distancia o por medio de dispositivos tecnológicos.

No obstante esta realidad, debemos tener siempre presente que en definitiva se trata de redes de personas, y que no existe un nivel 0 de vulnerabilidad, todo y todos estamos en constante riesgo de que nuestra información sea conocida, y que nada protege más que el sentido común y en el caso de que sean los niños y adolescentes, la atenta vigilancia de esos menores hijos por parte de sus padres, como lo harían de manera física o no virtual.

#### **Bibliografía citada:**

ÁLVAREZ AMÉZQUITA, David Felipe, Julio Cesar Padilla Herrera, Andrea Liliana Garzón Zuluaga y Laura Yolanda Muñoz Hernández: **Proveedores de Servicios de Internet y de contenidos, responsabilidad civil y derechos de autor**. En: Studiositas, edición de diciembre de 2009, 4 (3). Disponible en línea: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3658940.pdf> Última consulta: 01/11/2019

BONNELLY RICART, Rafael: **La Huella Social: Cómo los usuarios tomaron control de Internet**. Ediciones de El Nacional. Caracas, 2011.

---

<sup>13</sup> Cookies es una pequeña información enviada por un sitio web y almacenada en el navegador del usuario, de manera que el sitio web puede consultar la actividad previa del usuario, de allí los problemas en materia de protección de datos de carácter personal.

BRIAN NOUGRÈRES, Ana: **La protección inteligente de los datos personales: *Privacy by design* (PbD)**. Universidad de los Andes. Facultad de Derecho (Bogotá, Colombia) No. 1 Julio - Diciembre de 2012. Disponible en línea: [https://habeasdatacolombia.uniandes.edu.co/wp-content/uploads/ok6\\_-Ana-Brian-Nougreres\\_FINAL.pdf](https://habeasdatacolombia.uniandes.edu.co/wp-content/uploads/ok6_-Ana-Brian-Nougreres_FINAL.pdf) Última consulta: 01/11/2019

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema «Repercusión de las redes sociales de comunicación e interacción en el ciudadano/consumidor», Ponente: Jorge Pegado Liz, Disponible en línea: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:128:0069:0073:ES:PDF> Última consulta: 19/8/2019

GIL, Elena: **Big data, privacidad y protección de datos**. Agencia Española de Protección de Datos. Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Madrid, 2016. Disponible en línea: [https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/premios\\_2015/Big\\_Data\\_Privacidad\\_y\\_proteccion\\_de\\_datos.pdf](https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/premios_2015/Big_Data_Privacidad_y_proteccion_de_datos.pdf) Última consulta: 01/11/2019

Grupo de Trabajo de Protección de Datos del Artículo 29. Dictamen 3/2010 sobre el principio de responsabilidad. Adoptado el 13 de julio de 2010. Disponible en línea: [http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp173\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp173_es.pdf) Última consulta: 01/11/2019

Grupo Europeo de Autoridades de Protección de Datos, **Opinión 5/2009**, Disponible en línea: [http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2009/wp163\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2009/wp163_en.pdf) Última consulta: 19/08/2019.

Grupo Europeo de Autoridades de Protección de Datos. Disponible en línea: [http://ec.europa.eu/justice\\_home/fsj/privacy/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/index_en.htm) (Última consulta: 19 agosto 2016)

RICO CARRILLO, Mariliana: **El ejercicio de los derechos fundamentales y las libertades públicas a través de Facebook**. Revista Derecho y Tecnología de la Universidad Católica del Táchira, No. 14, año 2013.

VIVET TAÑA, Laura: **Big Data y Privacy by Design (PbD)**. Observatorio Iberoamericano de Protección de Datos. Disponible en línea: <http://oiiprodat.com/2014/07/23/big-data-y-privacy-by-design-pbd/> 01/11/2019