



Universitat Autònoma de Barcelona

# Ética y redes sociales

**En-REDando en el Camino de Santiago**

**IV Summer Course en Análisis de Redes Sociales y IV Workshop de investigación**

28-06-2017, Ponferrada

José Luis Molina



# Investigación y dilemas éticos

- Toda investigación, básica o aplicada, implica inevitablemente **dilemas éticos**.
- Regulación “ética” versus “ética de la investigación”.

# Investigación y regulación

- Especialmente a partir de la II Guerra Mundial se han multiplicado las regulaciones y códigos deontológicos relacionados con la investigación animal y humana, creándose los “IRB” (EUA) y los “REC” (Europa y otros países).
- En general, los principios de la **biomedicina** (“bioética”) se han aplicado a las CCSS y las Humanidades.
- A esta creciente regulación se suman las llamadas “**leyes de protección de datos**”.

# Principios éticos generales en la investigación (Belmont report)

**(a) Beneficiar** (o al menos no perjudicar) a la población estudiada.

(a) Mostrar respeto por la **libertad** y **dignidad** de los participantes (mediante **consentimiento informado** y el derecho a **abandonar** la investigación sin consecuencias).

(a) Reconocer su derecho al **anonimato**.

# Ética y análisis de redes sociales/personales (i)

- En análisis **sociocéntricos** el **Consentimiento Informado** se obtiene de las personas participantes, **no** de las personas nominadas por éstas.
- En análisis de **redes personales** se obtiene de **Ego** pero no de los alteri nominados para los cuales la mayoría de las veces será imposible obtener consentimiento.
- Lo mismo se aplica para los atributos de los alteri y las relaciones alter-alter.

# Ética y análisis de redes sociales/personales

## (ii)

- Un problema adicional es la **imposibilidad de abandonar la investigación** (Declaración de Helsinki) pues esta persona puede ser nominada por otros participantes.
- Dificultad de mantener el **anonimato**.
  - Desafortunadamente, cuando se recopilan datos de red y / o geográficos, **no es posible la anonimización completa**.
- El problema de la anonimización se agrava por el hecho de que un número creciente de organismos de financiación solicitan la **publicación en línea de los datos básicos** recogidos después de un período de embargo razonable.

# Una sencilla práctica...

- Redes **sociocéntricas**: anonimizar los datos de forma “irreversible” una vez analizados.
- Redes **personales**: usar **apodos** dados por el Ego durante la entrevista. Un consejo práctico es pedirle Ego que use la primera parte del nombre y apellido para nominar el alter. El **acrónimo** resultante es sólo significativo para Ego.
- A la hora de publicar los datos básicos, seguir las recomendaciones del CIS, de **agregar variables geográficas** y **sociodemográficas**, que puedan ser indicadores individuales.

# Teléfonos, SmartPhones y Social Media

- **Registros telefónicos (CDR):** registros automáticos de comunicaciones para propósitos de facturación son propiedad de empresas de telecomunicaciones, contienen información sobre el remitente (incluyendo sus detalles de espacio de tiempo de comunicación), el destinatario, y la duración de la llamada, entre otra información.
- Con pocas excepciones, estos datos se ponen a disposición de los investigadores anonimizados a través de eventos de **Mobile Data Challenges** organizados por las mismas empresas.
- Para obtener acceso a los datos, los investigadores firman un acuerdo de confidencialidad que incluye el escrutinio de los resultados de la investigación antes de su publicación.



# Facebook y los “Términos de Servicio”

- Facebook es también el sitio del famoso experimento sobre el **contagio emocional** a través de la manipulación de las noticias recibidas por 689.003 usuarios sin previo aviso. El experimento mostró cómo la exposición de ego al contenido emocional de las noticias (positivo o negativo) ejerció una influencia en la misma dirección.
- La publicación en PNAS levantó una oleada de protestas que llevaron a la publicación por la revista de una *Editorial Expression of Concern*. Es realmente ilustrativo reproducir un fragmento de este documento:

"Debido a que este experimento fue realizado por Facebook, Inc. para propósitos internos, el IRB de Cornell University determinó que el proyecto no estaba incluido en el Programa de Protección de Investigaciones Humanas de Cornell". Confirmado por la Universidad de Cornell.

# ¿Dos ligas?

- Es verdaderamente irónico todo el esfuerzo que los investigadores/as ponen en obtener el consentimiento y proteger el derecho a la privacidad de sus informantes o participantes en encuestas relativamente pequeñas, mientras que la mayoría de los datos sobre el comportamiento social en el mundo es propiedad de sitios de redes sociales como Facebook o por operadores de telecomunicaciones.
- Todas las regulaciones federales o internacionales sobre IRBs y ERCs simplemente no les conciernen.

# Que la información esté disponible en internet no significa poder usarla ...

- Ésta es la idea detrás de la necesidad de respetar la "privacidad percibida" de los usuarios de Internet, independientemente de las consideraciones de disponibilidad. Bettina Hoser y Tanka Nitschke lo ejemplifican muy bien:  
(...) en el antiguo Japón, donde las paredes de las casas eran en su mayoría de papel de arroz (shoji), esta sociedad creó un código de conducta que no permitía escuchar la conversación familiar de los vecinos incluso si era claramente audible. Así, la esfera privada era respetada.

# Y es que ...

Lo importante es plantearse las consecuencias éticas de la investigación seriamente y actuar en consecuencia ...

... respetando las regulaciones (tautología) ...

... **SER ÉTICOS/AS**...

... es lo único que nos queda para protegernos de sol abrasador de la burocracia.

**¡GRACIAS!**

[joseluis.molina@uab.es](mailto:joseluis.molina@uab.es)