

Artículo Original

Acantilados sociales, tecnologías y accidentes

Social cliffs, technologies and accidents

Lucas Melo Rodrigues de Sousa

Pontificia Universidad Católica de Minas Gerais, Brasil

lucasmelo@yahoo.com

RESUMEN

En la era de Internet y, por tanto, del uso diario y frecuente de las redes sociales, es importante considerar, aunque sea brevemente, las tecnologías involucradas en brindar información que se multiplica rápidamente en las pantallas de nuestros dispositivos electrónicos. Este ensayo, por tanto, está dedicado a explicar, aunque sea brevemente, el Newsfeed de una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad, Facebook. La relevancia de esta explicación es que a pesar del uso de internet parece y seguro ser - estar. Estás en casa o en otro entorno familiar, y físicamente no hay nada que Internet pueda hacer para dañarte. El problema es que nuestros datos se han arraigado tanto en nuestras identidades que ser pirateados puede conducir a resultados desastrosos y tales actos pueden generar repercusiones en el sistema legal. El método es hipotético-deductivo para la recolección de datos y el análisis bibliográfico y documental. Concluye que actualmente tenemos la noción de que los sistemas informáticos existen y cómo funcionan, promoviendo una adecuada alfabetización virtual.

Palabras Claves

control, Facebook, noticias, sistema informático

ABSTRAC

In the age of the Internet and, therefore, of the daily and frequent use of social networks, it is important to consider, even briefly, the technologies involved in providing information that is multiplying rapidly on the screens of our electronic devices. This essay, therefore, is dedicated to explaining, albeit briefly, the Newsfeed of one of the most used social networks today, Facebook. The relevance of this explanation is that despite the use of the internet it seems and safe to be - to be. You are at home or in another familiar environment, and physically there is nothing the Internet can do to harm you. The problem is that our data has become so ingrained in our identities that being hacked can lead to disastrous results and such acts can have repercussions in the legal system. The method is hypothetical-deductive for data collection and bibliographic and documentary analysis. It concludes that we currently have the notion that computer systems exist and how they work, promoting adequate virtual literacy.

Keywords

control, facebook, news, computer system

I. INTRODUCCIÓN

¿Vemos lo que queremos o lo que los algoritmos creen que es mejor? ¿Entendemos el alcance del uso de nuestros datos por las plataformas digitales? Los algoritmos filtran el contenido que consumimos online a diario priorizando, clasificando y asociando información. De esta manera, ejercen el poder de moldear la experiencia del usuario e incluso nuestra percepción del mundo.

Bien describe Ferrari [1]: primero, hay un aumento en las formas de conexión entre individuos y entre individuos y grupos. Este aspecto aporta la horizontalidad de la comunicación y, por tanto, una ruptura con el aspecto característico de los medios tradicionales que se organizaban a partir de la relación entre un emisor y muchos receptores. En este sentido, internet aporta, en primer lugar, la multiplicidad y heterogeneidad de conexiones. Cada punto de la red puede hacer infinitas conexiones con múltiples puntos descentralizados, un rizoma geolocalizable de ocupación de espacios, que están en constante movimiento, ya que vivimos en un presente “etiquetado”, es decir, un tiempo que se puede canjear en cualquier minuto, por bancos de datos, pero eso no se vuelve deseado, ya que la presentificación se impone a la memoria. Como experimentar es líquido y, en el siguiente minuto, estamos experimentando otra publicación, el tiempo que necesita el cerebro para verificar la veracidad del hecho narrado se ve afectado, porque la mayoría de las veces, solo por citar un ejemplo, los consumidores solo comparten información. para el título, sin molestarse en leer el texto completo o incluso verificar la fuente de información.

Las aplicaciones y plataformas que utilizamos a diario utilizan Inteligencia Artificial (IA) para tomar decisiones basadas en la enorme cantidad de datos precisos que obtienen de nuestras cuentas y la información de nuestros perfiles. Al procesar estos datos a través de IA, estructuran los gustos y preferencias de los usuarios y monetizan esta información, entre otras cosas, contribuyendo al Microtargeting que implementan los anunciantes para llegar a usuarios específicos.

Teniendo en cuenta este escenario, podemos concluir que pocas personas están informadas sobre cómo los algoritmos dan forma al espacio digital que los rodea y sus implicaciones para las decisiones que tomamos.

Por eso es tan importante crear conciencia y empoderar a las personas para que adquieran las herramientas que necesitan para tomar el control de sus experiencias en las plataformas que utilizan. Como ciudadanos digitales emergentes, merecemos ser conscientes y comprender el poder que tienen los algoritmos sobre nosotros.

Como el acceso a Internet es una realidad para miles de personas en Brasil y en todo el mundo. En Brasil (Pnad Continua TIC, 2020), tres de cada cuatro ciudadanos tienen acceso a internet y, según estudios de Naciones Unidas - ONU (2020), más del 50% de la población mundial está conectada.

II. MÉTODO

Para el análisis se usó el método hipotético-deductivo para la recolección de datos y el análisis bibliográfico y

documental.

III. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Newsfeed es la página de Facebook que expone al usuario a sus propias publicaciones y publicaciones de terceros. Según Facebook, las publicaciones perpetuadas en News Feed están influenciadas por las relaciones del usuario con otras personas y por sus propias publicaciones (me gusta, comentarios, etc.). De esta manera “El algoritmo de la fuente de noticias transmite lo que ‘piensa’ es tu opinión y la de tus amigos y ciertamente no verifica los hechos” [2]. Sin embargo, no todo lo que se publique quedará expuesto en el Newsfeed de todos los usuarios, utilizándose sistemas computacionales para filtrar el contenido expuesto, evitando la sobrecarga de información y sometiendo, en teoría, lo que sea de interés para los usuarios.

En ese sentido, lo que hace un mecanismo como Newsfeed al definir lo que es relevante para cada uno de sus usuarios no es algo establecido únicamente por su capacidad técnica para realizar esa función. Es decir, se parte del entendimiento de que lo que hacen los mecanismos y sus usos esperados son nociones definidas en procesos relacionales, de negociación, que tienen como parte importante la percepción de los usuarios de lo que representa cada funcionalidad y para qué sirve [3].

En el pasado, para tomar la decisión acertada de la información que se mostrará en el Newsfeed, la red social utilizó un sistema creado por Serkan Piantino (EdgeRanks).

EdgeRank operaba teniendo en cuenta la afinidad (asiduidad de interacción entre el creador de la publicación y otro usuario), la importancia (medida por la cantidad de me gusta y comentarios) y la fecha de publicación (cuanto más antigua, menos considerable).

En este sentido AKRICH [3]; LATOUR [4], resumen:

¿Quién te publica?: cuanto más hayas interactuado con el autor de una publicación en el pasado, Facebook cree que estarás más interesado en sus publicaciones futuras. Esta interacción puede ser de participación, me gusta o comentar, pero también hacer clic o reducir la velocidad para leer sus publicaciones, visitar su página o perfil, etiquetarlos o ser etiquetado en publicaciones o fotos, y muchas otras acciones en Facebook. Es por eso que no ve publicaciones de viejos amigos o páginas con las que no ha interactuado en años.

¿Cómo interactúan otras personas con la publicación?: cuantas más personas interactúen con una publicación específica, es más probable que Facebook también se la muestre. A veces, las personas y las páginas publican cosas aburridas con las que pocos interactúan, por lo que se hunden en la oscuridad. Pero si un alto porcentaje de personas que ven una publicación al principio se involucran, Facebook sabe que es interesante y sigue mostrándola a más personas.

¿Qué tipo de publicación?: que más se acoplan con

un tipo particular de fijación (estado, enlaces, fotos, videos, eventos, cambio de trabajo, otro contenido de la aplicación), más mensajes de Facebook muestran de este tipo. A diferentes personas les gustan diferentes tipos de publicaciones. Puede que me guste leer artículos de noticias, es posible que a ti te guste ver videos. Facebook empareja personas con tipos de publicaciones, por lo que, si nunca ve videos, no verá tantos.

¿Cuándo se publicó?: cuanto más recientemente se publicó una historia, más probabilidades hay de que la veas. Sin embargo, Facebook también detecta cuándo revisó NewsFeed por última vez y clasifica las publicaciones buenas y más antiguas en una posición más alta si no ha iniciado sesión desde que se publicaron y no las ha visto. Vuelve a consultar cada pocos minutos u horas y Facebook dará prioridad a las publicaciones más recientes. Desconecta durante una semana y Facebook puede traer una gran historia, como que tu mejor amiga tenga un bebé, incluso si se publicó hace 5 días.

Hoy en día, Facebook utiliza un sistema de algoritmos de aprendizaje automático (un sistema de datos que busca patrones) para filtrar la selección de publicaciones que se muestran en la sección de noticias del usuario. A diferencia de EdgeRank, este algoritmo se modifica con frecuencia y actualmente tiene en cuenta 100.000 factores. La discusión surge del filtrado de datos realizado por algoritmos.

El lado oscuro de los algoritmos

Facebook usa códigos computacionales para elegir lo que ganan sus usuarios en su Newsfeed. Sin embargo, estos algoritmos son propietarios, es decir, solo sus creadores entienden cómo funcionan realmente. No hay forma de estar al tanto de cómo y qué datos serán realmente expuestos a los usuarios, lo que nos lleva a algunas ocurrencias de interés legal, ver:

Vicios de calidad del servicio: si el funcionamiento de los algoritmos de filtrado de datos no es conocido por los usuarios, se puede potencialmente proceder en comportamientos inesperados, aplicando, en estos casos, lo dispuesto en el apartado 2 del CDC (Código de Defensa del Consumidor): “Los servicios que resultan inadecuados para los fines que razonablemente se esperan de ellos, así como aquellos que no cumplen con los estándares regulatorios de capacidad de servicio, son inapropiados”.

Competencia desleal: los algoritmos son capaces de favorecer unas marcas y productos en detrimento de otros, violando el principio de libre competencia y provocando abusos de derechos, desvío de clientela, entre otros. Así, las grandes marcas acaban tragándose a las pequeñas empresas debido a la disponibilidad económica para invertir en marketing y enlaces patrocinados.

A menudo, las empresas más pequeñas, cuando tienen acceso a dicho mecanismo, terminan haciendo uso de la similitud con las grandes marcas, aumentando la confusión entre el público consumidor, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 195 inciso III de la Ley 9.278 / 2006.

Así lo entendió la I Sala de Derecho Mercantil del Juzgado de São Paulo al condenar a una marca de colchones

por haber vinculado su propio sitio web a la expresión “pillowmed”, registrada en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) por un competidor, que es el autor de la acción.

Al asociar su marca con la expresión de un competidor, la empresa demandada incurrió en competencia desleal, resultado de la violación de la marca, según el juez informante, el juez Fortes Barbosa. Google también fue condenado por haber contribuido a desviar la clientela del demandante.

Para el juez, la superposición de la presentación de un producto o servicio prestado por una empresa menos conocida configura “un uso parasitario de la fama ajena, lo que implica la vulneración de las reglas de conducta impuestas para salvaguardar la convivencia entre empresarios”: “La competencia parasitaria siempre que persista la explotación indebida del prestigio ajeno para promover productos o servicios”.

La empresa demandada debe abstenerse de utilizar la expresión “almohada” como palabra clave en Google, a través de la herramienta “AdWords”. El TJSP también aumentó la indemnización por dolor y sufrimiento al demandante, que pasó de R \$ 5 a R \$ 30.000. “Hay elementos suficientes para reconocer que el uso indebido de la marca propiedad del autor provocó una degradación, aunque localizada, en la propiedad industrial”, concluyó Fortes Barbosa.

Comando de vida digital: mostrando solo información filtrada por sistemas propietarios, crea poderosamente burbujas de datos que encierran a sus usuarios, con manipulación no aprobada de opiniones, ya que el filtro de datos puede inducir la distorsión de los hechos y cambiar los resultados en las esferas más diversas, como en la En las últimas elecciones presidenciales brasileñas, “Desde las percepciones personales sobre los usos de las plataformas digitales hasta la cobertura periodística de las elecciones preside las percepciones personales sobre los usos de las plataformas digitales hasta la cobertura periodística de las elecciones presidenciales, los algoritmos han ocupado el lugar de sujeto en estas declaraciones” [5].

Las fake news consisten en la difusión incontrolada de desinformación o rumores. Este tipo de noticias se escriben y publican con el propósito de engañar o engañar. Esta práctica, aunque censurable, es de uso frecuente en la actualidad, con el objetivo de influir en la opinión pública sobre una amplia gama de temas, siendo Internet el vehículo más utilizado. “El concepto de fake news se ha convertido en un componente importante en las luchas políticas contemporáneas y ha llegado a ser utilizado por diferentes posiciones dentro del espacio social como un medio para desacreditar, vincular y deslegitimar a los opositores políticos [6].

Un informe oficial de Facebook escrito por Weedon, Nuland y Stamos define las noticias falsas de la siguiente manera:

El término “noticias falsas” ha surgido como un término general para referirse a todo, desde artículos de noticias que son fácticamente incorrectos hasta artículos de opinión, parodia y sarcasmo, rumores, memes, abuso en línea

y errores fácticos en declaraciones de figuras públicas que se mencionan correctamente en las noticias (...) Artículos noticiosos que parecen ser fácticos pero contienen distorsiones intencionales de los hechos con el fin de despertar pasión, atraer audiencia o engañar.

El término ha ido evolucionando cada vez más hasta convertirse en lo que el filósofo Ernesto Lackau [7] define como un significante flotante, es decir, “un significante utilizado por proyectos políticos fundamentalmente diferentes y, en muchos aspectos, profundamente opuesto, como medio de construcción de identidades políticas, conflictos y antagonismos”.

Cada vez más personas están sujetas a las decisiones automáticas de los algoritmos, sin saber cómo se hizo la elección o selección. Como sostiene O’Neil [8], la falta de transparencia sobre su funcionamiento indica la tendencia a que estos mecanismos segreguen determinada información, privilegiando otras, reproduciendo patrones de prejuicio y discriminación por motivos de género, raza e ingresos, entre otros, reforzando así la profundización desigualdades en la sociedad.

Delmazo y Valente [9] transcriben:

Todavía hay una distancia entre compartir los enlaces y leerlos. Un estudio publicado en junio de 2016 por la Universidad de Columbia y el Instituto Nacional Francés muestra que en el 59% de los enlaces compartidos en las redes sociales no se hace clic [9]. De esta forma, un título atractivo, que suele ser explícito en la URL del enlace, sería suficiente para garantizar la participación. Incluso cuando se hace clic en los enlaces, pocos lectores irán más allá de los primeros párrafos, lo que facilita aún más el trabajo de preparar una noticia falsa. Un estudio del Grupo Nielsen Norman publicado en 2013 mostró que el 81% de los lectores voltean la mirada, lo que no significa necesariamente que estén, de hecho, leyendo, al primer párrafo de un texto en Internet, mientras que el 71% llega al segundo. El 63% mira el tercer párrafo y solo el 32% mira el cuarto [11]. El estudio se basó en eye-tracking, un conjunto de tecnologías que registra los movimientos oculares de un individuo, determinando en qué áreas se fija su atención, por cuánto tiempo y en qué orden siguen su exploración visual [12]. Otro desafío surge todavía en la calidad de la lectura.

Uso indebido de datos personales y economía de algoritmos: los algoritmos de selección posterior recopilan información y el comportamiento del usuario, información que se puede utilizar para fines que no se comprenden adecuadamente, como el suministro y la venta a terceros.

En lo específico de internet, se puede destacar la aportación de Danilo Doneda, según la cual, con el constante avance tecnológico, se alcanzó una evolución, que se reflejó en el descontento de los ciudadanos que sufrieron por el uso de sus datos por parte de terceros. y, por ello, carecían de mecanismos para proteger dichos intereses. Por lo tanto, surgieron algunos principios, resumidos por Doneda [13], tales como:

Principio de publicidad (o transparencia), por el cual la existencia de un banco con datos personales debe

ser de conocimiento público, ya sea mediante el requisito de autorización previa para operar, notificación de su existencia a una autoridad, o la presentación de informes periódicos; Principio de exactitud: los datos almacenados deben ser fieles a la realidad, lo que incluye la necesidad de que su recogida y tratamiento se lleve a cabo con cuidado y corrección, y de que las actualizaciones periódicas se realicen según sea necesario.

Principio de finalidad, por el cual cualquier Uso de personal Los datos deben cumplir con la finalidad comunicada al interesado con anterioridad a la recogida de sus datos. Este principio tiene una gran relevancia práctica: en base a él se fundamenta la restricción de la cesión de datos personales a terceros, además de que es posible, a partir de él, estructurar un criterio para valorar la razonabilidad del uso de determinados datos. para un propósito determinado (fuera del cual habría abuso).

Principio de libre acceso, por el cual el individuo tiene acceso a la base de datos en la que se almacena su información, pudiendo obtener copias de estos registros, con la consiguiente posibilidad de controlar estos datos; después de este acceso y de acuerdo con el principio de exactitud, la información incorrecta puede ser corregida y la información obsoleta o impertinente puede ser eliminada, o incluso posibles adiciones.

Principio de seguridad física y lógica, por el cual los datos deben protegerse contra el riesgo de su pérdida, destrucción, modificación, transmisión o acceso no autorizado.

En cuanto a la privacidad, su aspecto más destacado en la actualidad es el control de la circulación de la información personal. En este sentido, se planteó que la configuración actual de la privacidad habría ido más allá del eje “persona-información-secreto” para estructurarse en el “persona-información-circulación-control”. La libertad de expresión, considerada como la libertad de expresar ideales, juicios de valor y las más variadas manifestaciones del pensamiento, además de estar ampliamente protegida por la constituyente, cuenta con una destacada protección en el MCI, siendo considerada un fundamento y principio de la disciplina del uso de Internet en Brasil y condición para el pleno ejercicio del derecho de acceso. A lo largo del Marco Civil se percibe la preocupación del legislador por la compatibilidad de estos principios, con el objetivo de que, también en Internet, la persona humana pueda desarrollar libremente su personalidad.

El peligro del robo de datos: si sus datos son robados, podría enfrentar una afluencia de ataques de spam. Tal vez haya algunas llamadas telefónicas de números extraños en países que no conoce a nadie. Suenan y cuelgan antes de que usted tenga la oportunidad de contestar, porque su objetivo es intentar que los devuelva la llamada y acumule los cargos de larga distancia que les corresponderían. O tal vez su correo electrónico fue robado y un ataque de phishing cuidadosamente elaborado (usando sus datos personales en su contra).

El peligro de robo de dinero: hay dos formas principales de robar dinero a través de un pirateo en línea.

Uno, que la información personal robada es suficiente para acceder a su cuenta bancaria. Dos, los datos de su tarjeta de crédito fueron robados.

Los algoritmos y el software por sí solos no son suficientes para la protección, por eso recomendamos:

- Usar las contraseñas únicas y complicadas para cuentas importantes.
 - Excluir de cuentas antiguas.
 - Monitorear las estafas de phishing y malware
 - BACKUP importante información en línea
 - Software actualiza con frecuencia.
 - Instale la acción del software antivirus.
-

No hay garantía de que nunca se enfrente a un ataque, pero saber qué buscar y cómo minimizar la propagación de la infección puede ayudarlo a volver a la normalidad.

Francisco [14] interpreta la sociedad de la desinformación de la siguiente manera:

Por mucho que esté armada con un poderoso arsenal de tecnologías de la información, una sociedad que produce una legión de analfabetos funcionales es una sociedad de desinformación. Para cumplir las predicciones de los profetas de la era virtual, las tecnologías de la información deben agregar valores éticos, educativos, sociales, humanísticos, culturales, artísticos y espirituales.

IV. CONCLUSIONES

Dado lo anterior, es instintivo deducir que los sistemas de selección de datos informáticos a menudo funcionan en detrimento de la sociedad. Ser consciente de que existen y cómo funcionan es sumamente necesario, apuntando a una adecuada alfabetización virtual. Existe la necesidad de una legislación específica sobre la transparencia del uso de los datos, considerando que estos son capaces de cambiar el destino de varias áreas.

Los derechos humanos y fundamentales, vinculados a la esfera virtual, buscan establecer un estatus democrático en internet, en el que exista transparencia, visibilidad y capacidad de representación de las personas. Internet es agnóstico y puede usarse para bien o para mal, aunque inicialmente tiene la propuesta de aumentar la participación ciudadana y la investigación amplia. Prueba de ello es que se ha hecho un gran uso de esta herramienta de forma que atenta

contra los derechos humanos.

En el mundo en línea, es fundamental materializar el Marco Civil da Internet y su artículo 19 como un instrumento al servicio de la realización de los derechos humanos, incluida la libertad de expresión. Cabe destacar, para evitar dudas, que la libertad de expresión no es ni puede ser motivo de violación de otros derechos humanos.

También son fundamentales las medidas educativas impulsadas por las políticas públicas exigidas para combatir las violaciones a los derechos en internet. Crear mecanismos que coaccionan a los proveedores de aplicaciones y contenidos para dar mayor transparencia a sus políticas y condiciones de uso, crear efectivamente instrumentos de intermediación entre estos proveedores y sus usuarios, y aclarar los criterios de promoción de publicaciones, divulgación de publicidad y funcionamiento de sus algoritmos, que incitan a la burbuja de prejuicio y odio.

En vista de esto, la democracia que hemos construido debe llevarse más activamente al entorno virtual, y es necesario que todos comprendan cómo debe funcionar Internet. Esto se puede implementar a través de la alfabetización digital colectiva, basada en la idea de que todo ser humano tiene derecho a la educación en los niveles elemental y fundamental. Por tanto, sigue siendo necesario que el acceso a internet forme parte de la rutina de toda la población mundial, ya que es aquí donde se puede ejercer el derecho a la libertad de opinión sin fronteras, así como promover la igualdad y el verdadero ejercicio de la dignidad de las personas. la persona humana también en este entorno.

REFERENCIAS

- [1] FERRARI, Pollyana. Noticias falsas, postverdad y consumo de información. En: XXVI ENCUENTRO ANUAL DE COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. Anales ... São Paulo: Colegio Cáster Líbero; 2017. Disponible en: Consultado el: 30 de julio. 2021.
- [2] CELLAN-JONES, R. Cómo Facebook pudo haber ayudado a Trump a ganar las elecciones. Folha de São Paulo, [SI], 2016. Disponible en: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2016/11/1831829-como-o-facebook-pode-ter-assido-trump-para-ganar-la-elección.shtml>>. Acceso en: 31 de febrero de 2021.
- [3] AKRICH, M. La descripción de objetos técnicos. En: BIJKER, WE; LEY, J. (Org.). Shaping Technology / Building Society: Studies in Sociotechnical Change. Cambridge: The MIT Press, 1992, pág. 205-22
- [4] LATOUR, B. La pasteurización de Francia. Cambridge: Harvard University Press, 1993.
- [5] ZIEWITZ, M. Algoritmos de gobierno: mito, desorden y

- métodos. Ciencia, tecnología y valores humanos, v. 41, no. 1, pág. 3-16, 2015.
- [6] FARKAS, Johan; SCHOU, Jannick. Las noticias falsas como significante flotante: la revista pública del Instituto Europeo de Comunicación y Cultura, 2018.
- [7] LACKAU, E. The Populist Reason, Londres, 2005.
- [8] O'NEIL, Cathy. Armas de destrucción matemática: cómo los macrodatos aumentan la desigualdad y amenazan la democracia. Libros de Broadway, 2016.
- [9] DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas CL Fake news en las redes sociales online: propagación y reacciones a la desinformación en busca de clics. Medios y periodismo, [SI], v.18, n. 32, pág. 155-169, mayo de 2021. Disponible en: <<http://impactumjournals.uc.pt/mj/article/view/5682>>. Consultado en: 07 de agosto de 2021
- [10] DEWEY, C. (2016). 6 de cada 10 de ustedes compartirán este enlace sin leerlo, dice un estudio nuevo y deprimente. 16/06/2016. The Washington Post. Obtenido de <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/06/16/six-in-10-of-you-will-share-this-link-withoutreading-it-according-a-un-estudio-nuevo-y-deprimente/> .
- [11] NIELSEN, J. (2013). Lectura del sitio web: (a veces) sucede. Disponible en: <https://www.nngroup.com/articles/website-reading/>. Acceso: 17 de oct. 2018
- [12] BARRETO, Ana Margarida. Eye tracking como método de investigación aplicado a las ciencias de la comunicación. Revista Comunicando, v.1, n.1, diciembre de 2012, 168-186. Disponible en: <http://www.revistacomunicando.sopcom.pt/ficheiros/20130108-tracking.pdf>. Acceso: 17 de oct. 2018.
- [13] DONEDA, Danilo. (1). La protección de datos personales como derecho fundamental. Journal of Law Legal Space [EJLL], 12 (2), 91-108.
- [14] FRANCIS, Severino. Sociedad de desinformación. Artículo publicado en el Observatorio de la Sociedad de la Información, bajo la responsabilidad del Sector de Comunicación e Información de la UNESCO en Brasil. Brasília, 2004. Disponible en: Acceso: 15 de julio. 2021.