

intercambiados entre empresas para fines de marketing, reclutamiento, mejora de producto, conocimiento del usuario, y un largo etcétera.

Metodología

Para la realización de este trabajo, utilizaremos como metodología el análisis de informes emitidos por organismos internacionales sobre vulneraciones a los derechos de intimidad y vida privada (focalizándonos en diversos casos de actualidad como el de Facebook), informes publicados por estados que han realizado modificaciones en su ordenamiento jurídico al contemplan las amenazas que suponen las redes sociales a estos derechos, artículos científicos y periodísticos, y los testimonios de antiguos trabajadores de empresas como Google, Instagram, Facebook, Twitter o Pinterest acerca de la cuestión ética en las prácticas profesionales de estas empresas.

Índice preliminar

1. Introducción y estado en cuestión
 - 1.1. Introducción al tema
 - 1.2. Objetivos del trabajo
 - 1.3. Metodología

2. Big Data
 - 2.1. Introducción al Big Data y Revolución 4.0.
 - 2.2. Funcionalidad del uso de datos
 - 2.3. Mercado de datos

3. Redes Sociales
 - 3.1. Aparición de las Redes Sociales
 - 3.2. Principales Redes Sociales en la actualidad
 - 3.3. Funcionamiento del algoritmo

4. Vulneraciones a derechos privacidad e intimidad en Redes Sociales
 - 4.1. Caso Facebook

5. Transformación de la práctica social por la irrupción de las Redes Sociales
 - 5.1. Una nueva forma de relacionarnos
 - 5.2. Efectos de las redes sociales en la propia imagen
 - 5.3. Trastornos psíquicos derivados de las redes sociales
 - 5.4. Cyberbullying

6. Redes Sociales en política

- 6.1. Nuevo tipo de hacer política: líderes políticos y redes sociales
- 6.2. Nuevo tipo de participación: ciudadanos y responsabilidad en Redes Sociales
- 6.3. Alcance político de las Redes Sociales
- 6.4. Manipulación en redes sociales: amenaza democrática

7. Dilema ético

- 7.1. Definición de ética y dilema ético
- 7.2. Amenaza de las Redes Sociales a los actuales principios éticos

8. Análisis de la situación y posibles soluciones

9. Conclusión y final

Bibliografía

Barret-Maitland, N; Lynch, J. (2020). *Social Media, Ethics and the Privacy Paradox*. DOI: <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.90906>

Berriman, L; Thomson, R. (2014). *Spectacles of intimacy? Mapping the moral landscape of teenage social media*, *Journal of Youth Studies*, 18:5, 583-597, DOI: [10.1080/13676261.2014.992323](https://doi.org/10.1080/13676261.2014.992323)

Brunskill, D. (2014). *THE DANGERS OF SOCIAL MEDIA FOR THE PSYCHE*. Nova Science Publishers, Inc.

Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press. ISBN 0691180903, 9780691180908

Darren L. Linvill (2019) *Addressing social media dangers within and beyond the college campus*, *Communication Education*, 68:3, 371-380, DOI: [10.1080/03634523.2019.1607885](https://doi.org/10.1080/03634523.2019.1607885)

Davis, D., & Loftus, E. F. (2012). *The dangers of eyewitnesses for the innocent: Learning from the past and projecting into the age of social media*. *New England Law Review*, 46(4), 769-810.

Parsons, T. (2019). *Social Media Ethics Section 1: Facebook, Twitter, and Google – Oh My!* In *Ethical Challenges in Digital Psychology and Cyberpsychology* (pp. 171-191). Cambridge: Cambridge University Press. DOI: [10.1017/9781108553384.010](https://doi.org/10.1017/9781108553384.010)

Tello, L. (2013). *Intimidad y "extimidad" en redes sociales*. Las demarcaciones éticas de Facebook. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-20>

LYON, David. *Digital Citizenship and Surveillance| Surveillance Culture: Engagement, Exposure, and Ethics in Digital Modernity*. International Journal of Communication, [S.l.], v. 11, p. 19, feb. 2017. ISSN 1932-8036

Firma del estudiante:

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of several sharp, angular strokes that form a unique, abstract shape.

Firma del Director:

A handwritten signature in black ink, written in a cursive style. The word "Huente" is clearly legible, with a long, sweeping tail on the final letter.