

Dra. Carreras Álvarez, María del Valle  
[vallecarreras@us.es](mailto:vallecarreras@us.es)

Dra. Román San Miguel, Aránzazu  
[arantxa@us.es](mailto:arantxa@us.es)

Profesoras de la Universidad de Sevilla

## EL CASO MARTA DEL CASTILLO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES: FACEBOOK Y TUENTI. Educación o adoctrinamiento a través de la Web 2.0.

### Resumen

El término Web 2.0 nació a mediados de 2004 y creció hasta ser portada de los principales semanarios mundiales en las navidades de 2006. Este fenómeno tecno-social se popularizó a partir de sus aplicaciones más representativas, *Wikipedia*, *YouTube*, *Flickr*, *WordPress*, *Blogger*, *MySpace*, *Facebook*, *OhMyNews*, y de la sobreoferta de cientos de herramientas intentando captar usuarios / generadores de contenidos<sup>1</sup>.

El caso es que no siempre se utilizan los avances de la ciencia en un sentido constructivo para todos, a veces la perversión de la innovación puede llevar a convertir algo, en principio positivo en un cúmulo de calamidades para la sociedad.

Según O'Reilly, principal promotor de la noción de Web 2.0, los principios constitutivos de ésta son siete: la *World Wide Web* como plataforma de trabajo, el fortalecimiento de la inteligencia colectiva, la gestión de las bases de datos como competencia básica, el fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software, los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad, el software no limitado a un solo dispositivo y las experiencias enriquecedoras de los usuarios<sup>2</sup>.

En el trabajo de investigación que presentamos tratamos de desentrañar lo positivo y lo negativo que las redes sociales han aportado al denominado en los medios de comunicación como "caso Marta del Castillo". Analizamos cómo las redes sociales que, en un principio se utilizaron para organizar a quienes apoyaban a la familia y trataban de organizarse para buscar a la joven, se han convertido también en el punto de encuentro de aquellas personas que apoyan al presunto asesino, o asesino confeso, de la joven.

No desentrañamos en este estudio los factores psicológicos que pueden llevar a decenas de adolescentes a mostrar su apoyo a una persona capaz de quitar la vida a otra, puesto que no entraremos en el ámbito de la psicología, tan solo nos proponemos estudiar cómo las redes sociales facebook y tuenti pueden contribuir tanto al enaltecimiento de los valores éticos más asentados en la sociedad, como a justificar la perversión de la misma. Así, queremos abrir de

---

<sup>1</sup> PLANETA WEB 2.0. Inteligencia colectiva o medios *fast food*. Disponible en: <http://www.planetaweb2.net>

<sup>2</sup> Ídem. P. 15.

nuevo el debate del anonimato de las redes sociales y la educación o adoctrinamiento a través de las mismas. Si influencia pueden tener los medios de comunicación en la socialización de nuestros jóvenes, ¿hasta dónde llega la web?

**Palabras clave:**

Caso Marta del Castillo, Web 2.0, Facebook, Tuenti, redes sociales.

**Abstract**

**THE "CASE MARTA DEL CASTILLO" ACROSS THE SOCIAL NETWORKS: FACEBOOK AND TUENTI. Education or indoctrination across the Web 2.0.**

The term Web 2.0 was born in the middle of 2004 and grew up to being carried front page of the principal world weeklies in the navidades of 2006. This tecno-social phenomenon became popular from his more representative applications, Wikipedia, YouTube, Flickr, WordPress, Blogger, MySpace, Facebook, OhMyNews, and of the oversupply of hundreds of tools trying to catch users / generators of contents<sup>3</sup>.

The case is that not always the advances of the science are in use in a constructive sense for all, sometimes the perversion of the innovation can lead to turning something, at first positive in a heap of calamities for the society.

According to O'Reilly, principal promoter of the notion of Web 2.0, the constitutive principles of this one is seven: the World Wide Web as platform of work, the strengthening of the collective intelligence, the management of the databases as basic competition, the end of the cycle of the updates of versions of the software, the models of light programming close to the search of the simplicity, the software not limited to an alone device and the wealth-producing experiences of them usuarios<sup>4</sup>.

In the work of investigation that we sense beforehand we try to uncover the positive thing and the negative thing that the social networks have contributed to named in the mass media as "I marry Martha of the Castle". We analyze how the social networks that, in a principle there were in use for organizing who they were supporting the family and were trying to be organized to look for the young woman, have turned also into the point of meeting of those persons who support the alleged assassin, or killer lay brother, of the young woman.

We do not uncover in this study the psychological factors that can lead dozens of teenagers to showing his support to a person capable of taking the life from other one, since we will not enter the area of the psychology, only propose to study how the social networks facebook and tuenti can help so much to the exaltation of the ethical values most seated in the society, since to justify the perversion of the same one. This way, we want to open again the debate of the anonymity of the social networks and the education or indoctrination across the

---

<sup>3</sup> PLANET WEB 2.0. Collective intelligence or means fast food. Barcelona, Spain / Mexico DF. September, 2007. Available in: [http:// www.planetaweb2.net](http://www.planetaweb2.net), consulted 17/02/2010. P.15.

<sup>4</sup> Ditto. P.15.

same ones. If it influences they can have the mass media in the socialization of our young men, up to where the web comes?

**Key words**

Case Marta del Castillo, Web 2.0, Facebook, Tuenti, social networks

**Índice:**

- 1. La web 2.0 y las redes sociales**
- 2. Redes sociales: hacia la educación o el adoctrinamiento**
  - 2.1. Educación a través de la red**
  - 2.2. Adoctrinamiento on-line**
- 3. Comunidades virtuales y redes sociales: ventajas y perjuicios**
- 4. El caso “Marta del Castillo” en las redes sociales**
- 5. Conclusiones**

## 1. La web 2.0 y las redes sociales

El término Web 2.0 nació a mediados de 2004 y creció hasta ser portada de los principales semanarios mundiales en las navidades de 2006. Este fenómeno tecno-social se popularizó a partir de sus aplicaciones más representativas, *Wikipedia*, *YouTube*, *Flickr*, *WordPress*, *Blogger*, *MySpace*, *Facebook*, *OhMyNews*, y de la sobreoferta de cientos de herramientas intentando captar usuarios / generadores de contenidos<sup>5</sup>.

Como afirma Juan José Lozano, “a raíz de la aparición de los entornos colaborativos de Internet (entornos Web 2.0), las redes sociales han proliferado rápidamente, teniendo gran impacto social en la sociedad. Estos entornos han permitido habilitar mecanismos alternativos de comunicación<sup>6</sup>”.

Según Lozano, podemos diferenciar distintos tipos de redes sociales en base a la motivación principal de la misma, así establece cuatro tipos diferentes:

- Redes sociales de conocimiento: cuyo objetivo principal es la comunicación y la colaboración entre los integrantes de la red, compartiéndose experiencias/conocimientos sobre temas de interés común (*Advogato*, *ANobii*, *CarDomain*, etc.)
- Redes sociales de contactos de amigos: redes que intentan potenciar la comunicación y mantener contacto entre usuarios (*Facebook*, *Bebo*, *Hi5*, etc.)
- Redes sociales profesionales: que permiten a los profesionales mantener un contacto más directo y buscar nuevas oportunidades de cara a su proyección (*Linkedin*, *Xing*, etc.)
- Redes sociales de compras: que tienen como objetivo principal poner en contacto a usuarios que quieren vender/comprar artículos (*Ebay*, *ciaos*, etc.)<sup>7</sup>.

En el caso que nos ocupa, hablaríamos de redes sociales de contactos de amigos, como lo eran Marta del Castillo y su presunto asesino, Miguel Carcaño, los cuales mantenían una comunicación fluida, directa y continua, a través de la red social Tuenti.

## 2. Redes sociales: hacia la educación o el adoctrinamiento

### 2.1. Educación a través de la red

Día a día observamos cómo los más jóvenes utilizan la red como vía hacia su socialización, creándose un mundo virtual que, a veces nada tiene que ver con la realidad. El caso “Marta del Castillo” nos ha puesto en alerta de estos malos usos de la red, los cuales se pondrán de manifiesto en el apartado cuarto de esta comunicación, lo que constituye el corpus práctico.

No obstante, la intranet, es cada día más utilizada para otros menesteres menos agresivos para la sociedad y que se deberían afianzar como es el caso

---

<sup>5</sup> PLANETA WEB 2.0. Inteligencia colectiva o medios *fast food* (Septiembre 2007). Barcelona, España / México DF. Disponible en: <http://www.planetaweb2.net>, consultado el 17/02/2010, p. 15.

<sup>6</sup> [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/Articulos\\_Servicios\\_-\\_Redes\\_Sociales/seccion=1188&idioma=es\\_ES&id=2009101611280001&activo=4.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/Articulos_Servicios_-_Redes_Sociales/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009101611280001&activo=4.do)

Consultado el día 11 de abril de 2010.

<sup>7</sup> Ídem.

de la enseñanza a distancia. De hecho, hoy en día es mucho más relevante cualquier máster o curso de formación, si éste tiene, al menos, una parte que pueda seguirse on-line.

Según Daniel Domínguez<sup>8</sup>, con la Web 2.0 la red vuelve a sus orígenes, a la sociedad. Por tanto, como en ningún otro momento la educación en entornos virtuales está llamada a basarse en los paradigmas educativos que recurren a la interacción y la práctica grupal como base de sus propuestas didácticas. Frente a la concepción clásica del e-learning de primera generación, el e-learning 2.0 sitúa el centro de interés en la comunidad de aprendizaje y en la capacidad de los sujetos de producir conocimientos fruto de la participación social.

Asociados a la educación on-line han aparecido términos como "**m-learning**: Fase siguiente a la educación electrónica a través del uso de la computadora e Internet (*e-learning*), basada en el aprendizaje móvil. Permite cambiar de escenario y contexto de aprendizaje fácilmente, simplificando la comunicación con otras personas que se encuentran a distancia, a través de voz, texto o imagen.

Se deben aprender los usos más productivos de las tecnologías, sobre todo en la educación. Las computadoras no son sólo costosas máquinas de escribir, o pequeñas bibliotecas listas para ser utilizadas. Así es que cuando se habla de alfabetización digital, se puede afirmar que la alfabetización de mayor nivel es la producción de contenidos, es decir, la transformación de los usuarios en desarrolladores, en este caso, a instancias de las aplicaciones Web 2.0<sup>9</sup>.

Pero, no es oro todo lo que reluce, pues si bondades tiene el aprendizaje a través de la red, ésta no está exenta de perversiones en un mundo aún no acostumbrado al uso y manejo de las Nuevas Tecnologías al servicio del ser humano y no como creadoras de un ser humano al servicio de las redes o de unos pocos conocedores de este entorno, como ocurre ahora.

"Otra valoración polémica ya esbozada remite a la Ley de Gilder, aquella que indica que la capacidad de comunicación que poseen individuos y empresas se triplica cada doce meses. Pero una visión apocalíptica como la de Eriksen (2001) alerta que la comprensión de las ideas en las sociedades occidentales puede desintegrarse dentro de inconexos e incoherentes fragmentos de información. Aunque se cuenta con grandes posibilidades de comunicación, se vive, se piensa y se escribe en formato *beta*, un tipo de pensamiento de corto alcance que dificulta distinguir entre conocimiento y ruido. Más información con menos rigor es igual a mayor confusión. En tal sentido, la principal destreza que la educación en los países desarrollados debe entregar a los individuos, es la capacidad de filtrar contenidos, ante un panorama de extrema redundancia informacional<sup>10</sup>."

El caso es que esta destreza no se ha desarrollado aún en los países más desarrollados, y mucho menos en los subdesarrollados. Y esto, en un contexto en el que el uso de internet se ha extendido como la espuma y ya es una realidad en la mayoría de los hogares de los países más ricos del mundo y su desarrollo en los países más pobres es un valor en potencia. Por esto, los individuos son fácilmente manipulables a través de la red.

---

<sup>8</sup> <http://www.webnova.com.ar/articulo.php?recurso=631>. Consultado el día 11 de abril de 2010.

<sup>9</sup> Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF, p. 12.

<sup>10</sup> Ídem., p. 12.

## **2.2. Adoctrinamiento on-line**

Cuando la red se convierte en vehículo y almacén de la perversión, podemos incluso caer en el adoctrinamiento más que en la educación o formación de la población.

Unos ciudadanos que se dejan llevar y enseñar a través de la red y que no tienen la capacidad de contrastar, procesar y analizar la información, son fácilmente manejables por aquellos que utilizan Internet para imponer, de algún modo, un pensamiento globalizado y globalizador. Todo ello teniendo en cuenta el significado de adoctrinar, según la Real Academia de la Lengua: Instruir a alguien en el conocimiento o enseñanzas de una doctrina, inculcarle determinadas ideas o creencias.

Pero, ¿qué está ocurriendo en la mente de los jóvenes actuales? Cómo la perversión de la red, el adoctrinamiento de las masas puede incluso llevar a que ciertos grupos de adolescentes lleguen a justificar a una persona capaz de quitar la vida a otra e incluso considerarse fan de ese individuo. Algo está cambiando en la moral de la juventud, o ¿es que esto ya era un hecho que se ha materializado a través de la red de redes? Esto nos lo tendrán que explicar sociólogos y psicólogos, nosotros por el momento lo único que podemos hacer es plasmar esta realidad que se nos presenta, y que hemos detectado entre la población joven a raíz del uso que están dando a las redes sociales, más concretamente en el caso analizado, tras la desaparición y posterior muerte de la joven sevillana, Marta del Castillo.

## **3. Comunidades virtuales y redes sociales: ventajas y perjuicios**

Nos advierte José Luis Molina de que “El desarrollo de las comunicaciones ha significado una profunda transformación de las relaciones personales y de las comunidades en las que se desarrolla la vida cotidiana. La revolución en los transportes, los medios de comunicación, el teléfono e Internet han permitido deslocalizar en buena medida la vida social y el surgimiento de comunidades virtuales conectadas telemáticamente<sup>11</sup>”.

Las comunidades virtuales ayudan a cada sector de la población a organizarse en torno a gustos, creencias y preferencias. Unos gustos y preferencias que, si en un principio quedaban en la privacidad del entorno, sin encontrar en ocasiones otros individuos con el mismo pensamiento, hoy, gracias a las redes sociales creadores de comunidades virtuales encuentran un lugar para el “asociacionismo”. Ahora parece que se hace más visible ese lado perverso del ciudadano, que antes de internet estaba aislado u oculto.

Ya en su momento se dijo que los medios de comunicación nos traían a casa las venturas y desventuras de otros y nos hacían conocedores de las mismas, sintiéndonos incluso involucrados todos en ellas. Pues bien, en este momento las comunidades virtuales y las redes sociales están dando pie a la creación de grupos que encuentran en ellas un canal de comunicación a través del cual dar a conocer todas las visiones posibles de la realidad. Con un factor añadido, el

---

<sup>11</sup> MOLINA, J.L. (2001): El análisis de redes sociales. Una introducción, Ediciones Bellaterra, Barcelona, p. 37.

ciudadano no es consciente de que aquello que publica a través de la red puede ser conocido por todos, perdiendo la consciencia de la publicidad que puede otorgar una información que plasmamos simplemente en una hoja de ordenador, desde nuestra solitaria mesa de despacho o estudio, haciéndola llegar a destinatarios incluso desconocidos para él, sin pensar en los problemas y/o consecuencias que esto puede acarrearle.

Como afirma Mar Monsoriu en su *Manual de las Redes Sociales en Internet. Aprende a usar Tuenti, Facebook, Fotolog, Myspace, etc., ¡Mejor que tus hijos!*: “No existe la verdadera privacidad en las redes, aunque crea que las fotos sólo las verán sus amigos, eso jamás es así. En el mejor de los casos se las está cediendo a una empresa privada que puede hacer con ellas lo que quiera. Por ello, publique o suba a las redes sólo aquellas fotos de las que nunca se pueda arrepentir y de las que no le importaría que terceras personas puedan hacer uso comercial o no de ellas<sup>12</sup>”.

Habría por tanto, que comenzar ya a valorar los efectos a corto y largo plazo de las redes sociales, pues parece que más pronto que tarde las redes sociales están incidiendo, no ya en la educación sino en el adoctrinamiento de la población más joven, los adultos del mañana.

A este respecto se pronunciaba el catedrático de Psicología Clínica Enrique Echeburúa en un curso de la Universidad Menéndez y Pelayo, del que se hacía eco eldiariomontanes.com el 26 de agosto de 2009:

“El catedrático de Psicología Clínica Enrique Echeburúa advirtió ayer de que el cambio de la vida social por la virtual a través de redes sociales como Facebook o Tuenti, es uno de los «mayores peligros» que el uso abusivo de las nuevas tecnologías entraña para los jóvenes.

(...)

Entre los síntomas que indican adicción a las redes sociales, Echeburúa destacó la creación de una identidad ficticia gracias al anonimato de estas redes, el aislamiento social, la «automedicación digital» ante una depresión, es decir, recurrir a las redes sociales para superar el malestar, y problemas físicos como obesidad, fruto de la vida sedentaria delante del ordenador.

(...)

#### **Los más proclives**

Sobre los perfiles del riesgo en la adicción a las redes sociales, Echeburúa aclaró que son los mismos que para otras adicciones, como drogas o alcohol, definidos por gente que, «o bien no tienen una percepción clara del riesgo, o bien tiene una baja autoestima, o bien está pasando una situación coyuntural complicada, como estrés, un desengaño amoroso o dificultades en los estudios».

El rango de edad en el que esta propensión a la adicción a Internet es más peligrosa se sitúa entre los 15 y los 20 años, al igual que en el caso de la adicción a drogas, ya que el primer consumo de estas sustancias suele darse entre los 13 y 15 años.

(...)<sup>13</sup>”.

Incluso la Unión Europea se ha visto obligada a modernizar la norma sobre privacidad en Internet, que data de 1995, una información de la que se hicieron eco los medios a finales de enero de 2010. Por ejemplo en La Voz de Galicia podíamos leer:

---

<sup>12</sup> <http://www.abc.es/20090222/nacional-sociedad/redes-sociales-intimididad-menores-20090222.html> Consultado el día 11 de abril de 2010.

<sup>13</sup> <http://www.eldiariomontanes.es/20090826/cantabria/uimp/redes-sociales-tienen-efectos-20090826.html> Consultado el día 8 de abril de 2010.

#### **“Las redes sociales obligan a la UE a modernizar la norma sobre privacidad en Internet**

La actual directiva es de 1995 y solo preveía que la información de una persona solo podía utilizarse por razones legítimas y con su consentimiento previo.

**Efe** 28/1/2010 18:47 h

La Comisión Europea modernizará la directiva de 1995 sobre protección de datos para tener en cuenta los efectos de las redes sociales como Facebook y Twitter, según ha explicado hoy la futura comisaria de Justicia, Viviane Reding, que todavía asume en funciones la cartera de Sociedad de la Información.

«El mundo ha cambiado mucho desde 1995», ha apuntado la comisaria en un coloquio Bruselas por el Día Mundial de la Protección de Datos, en el que ha destacado que las redes sociales, que usan más de 40 millones de europeos, «permiten que otros vean información personal, incluidas fotografías».

Además, la comisaria ha recordado otras nuevas realidades en la protección de datos como «la publicidad de internet basada en el comportamiento que convierte en moneda de cambio nuestro historial de búsquedas».

La normativa comunitaria de 1995 tan sólo preveía que la información de una persona únicamente podía utilizarse por razones legítimas y con su consentimiento previo.

Los ciudadanos quieren que «se refuerce la transparencia y la fuerza de voluntad» para la distribución de datos en internet, ha afirmado Reding. La Comisión Europea hará públicas el próximo 9 de febrero las conclusiones de los trabajos preparatorios para la reforma de la nueva directiva de protección de datos. En esa fecha también se darán a conocer los resultados de la implementación por parte de las principales redes sociales de la obligación que se impusieron de no hacer visibles por defecto los resultados de perfiles personales de menores de edad.

Reding también ha hecho un llamamiento a las empresas de tecnología para que inviertan en innovación y al diseñar nuevos productos «tengan en mente las opciones de privacidad desde el principio».

Coincidiendo con el Día Mundial de la Protección de Datos, Microsoft ha hecho público un estudio que relaciona el mercado laboral con nuestra reputación digital, por las cada vez más usuales búsquedas que los encargados de recursos humanos realizan sobre sus candidatos.

El estudio expone que un 70 por ciento de los directores de recursos humanos estadounidenses buscan a sus candidatos en redes sociales.

Más reducida es la tendencia en algunos países europeos cuyos datos recoge el informe, como Reino Unido (41%), Alemania (16%) o Francia (10%).

Entre un 70 y un 80% de los usuarios de internet de todo el mundo han afirmado que hacen «un esfuerzo» por mantener el control de su perfil personal y profesional en la red. Según los datos de la CE, hasta 41,7 millones de europeos utilizan redes sociales como Facebook, Twitter o MySpace<sup>14</sup>.

#### **4. El caso “Marta del Castillo” en las redes sociales**

Llegados a este punto de la comunicación, vamos a detenernos en el estudio del tratamiento informativo que las redes sociales Facebook y Tuenti han dado al controvertido caso de la desaparición y posterior asesinato de la joven sevillana Marta del Castillo. Todos los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) han escrito e informado de este caso que ha ocasionado un gran revuelo en la sociedad española, la cual espera con expectación la celebración del juicio que condene a los presuntos culpables que acabaron con la vida de esta joven sevillana hace ya más de un año.

Sin duda, este caso posee cierta dosis de intriga y suspense, levantando un gran interés entre la población que aún desconoce dónde se encuentra el cuerpo de Marta del Castillo, pese a las cuantiosas y laboriosas búsquedas realizadas en diferentes escenarios de la provincia de la Sevilla por parte de los

14

<http://www.lavozdegalicia.com/tecnologia/2010/01/28/00031264700743092525520.htm>

Consultado el día 8 de abril de 2010.



distintos cuerpos de seguridad, entre ellos el río Guadalquivir, el vertedero de Alcalá de Guadaíra y la zona localizada en el municipio sevillano de Camas donde parece ser fue enterrado el cadáver de Marta del Castillo.

Para abordar este tratamiento, y una vez esbozado el corpus teórico de esta comunicación en el que se han expuesto los distintos usos que, en este caso, la población joven puede hacer de las redes sociales, vamos a intentar demostrar cómo en el caso “Marta del Castillo”, los jóvenes las han utilizado para distintos fines, algunos de ellos no muy lícitos, y que han contribuido a crear este clima de crispación que rodea al caso.

Para ello, nos hemos basado las informaciones obtenidas a través de las búsquedas realizadas en las redes sociales Tuenti y Facebook, además de toda la información publicada en prensa escrita y prensa on line en relación al seguimiento de este caso.

Otra fuente de información importante tenida en cuenta han sido los innumerables blogs que inundan la red en los que, además de informar sobre el tema, sus respectivos autores han mostrado abiertamente sus opiniones, sus condolencias, sus sentimientos, su indignación, en relación a un caso que ha conmocionado a toda España y que ha sentado un precedente en lo que al uso de las redes sociales se refiere en el tratamiento informativo que se ha dado de la desaparición de una persona. Incluso, veremos cómo los propios medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) no han podido hacer oídos sordos a la fuerza imperiosa de las redes sociales, haciendo uso de las mismas para informar acerca del caso, siendo en muchas ocasiones consciente de los peligros que ello conlleva y los problemas que pueden acarrearles, al no ser consideradas fuentes informativas fidedignas y faltando a uno de los principales pilares del periodismo: la veracidad.

Con respecto a la metodología empleada, nos hemos decantado por la metodología del caso, una herramienta de investigación muy utilizada en las ciencias sociales. A través del estudio del caso hemos podido indagar detalladamente en el uso que las redes sociales han dado a la desaparición y posterior asesinato de Marta del Castillo basándonos en el caso en sí como un referente para acometer esta comunicación centrada en un tema sobre el que apenas hay nada escrito y que nos ha llevado a corroborar las ideas planteadas al inicio de la esta investigación.

Centrándonos en el caso, recordemos que la joven sevillana Marta del Castillo desapareció de su domicilio el día 24 de enero de 2009, cuando le dijo a su madre que iba a solucionar un problemilla con un amigo. Sólo dos días después los medios de comunicación sevillanos publicaban que las redes sociales Facebook y Tuenti se movilizaban por Marta del Castillo. En este sentido, podemos afirmar que las redes sociales se usaron, en un primer momento, para intentar localizar a la joven, consciente del gran poder de repercusión y distribución que tiene subir cualquier información a la red. Esto es precisamente, lo que se perseguía: dar a conocer el caso de la desaparición a la mayor cantidad de usuarios posibles para que alguien pudiera aportar

alguna pista acerca del paradero de Marta del Castillo. Por ejemplo, en ABC de Sevilla encontrábamos la siguiente información:

“Las redes sociales se movilizan para encontrar a Marta del Castillo. En las dos redes sociales se han registrado, tras conocerse la noticia de la desaparición de la joven, dos eventos en los que se busca el apoyo de los internautas.

En el caso de **Tuenti**, la llamada había recibido, a las 20.30 horas, más de 10.000 confirmaciones de adhesión, a lo que hay que sumar quienes aún no hubieran respondido. Tal cantidad de respuestas en un plazo de tiempo tan corto hacen de esta llamada de auxilio todo un éxito.

Por otro lado, **Facebook** también ha creado un evento de apoyo a la chica sevillana desaparecida. Por el momento no acumula tantas adhesiones como el de Tuenti<sup>15</sup>”.

Otros portales hablan de hasta 500.000 personas notificadas hasta el medio día del día 27 de enero de 2009. La idea de dar a conocer la desaparición de Marta a través de las redes sociales partió de una amiga de Marta que creó un evento en su perfil de Tuenti para que la mayor cantidad de usuarios posibles viesen la ropa que llevaba la joven sevillana cuando desapareció<sup>16</sup>.

Aunque no fueron solo las redes sociales las que se movilizaron así, en el portal *menéame*, en las semanas siguientes a la desaparición de Marta del Castillo, se registraron más de 150 noticias enviadas relacionadas con el caso, de las cuales aproximadamente unas 10 habían sido publicadas en la portada. Asimismo, Youtube ofrecía una gran cantidad de vídeos (algunos de los cuales ya han sido eliminados) donde los internautas tenían acceso a fotos y vídeos sobre la vida de Marta de Castillo que atentaban claramente contra su intimidad y ponían en serio peligro los avances en la investigación<sup>17</sup>. En este caso concreto, estamos ante la vulneración de uno de los derechos fundamentales del ser humano como es la protección de su intimidad y/o privacidad, sobre el que ya hemos hablado en el corpus teórico.

Pero, cabe preguntarse, cuál ha sido el papel desempeñado por las redes sociales y si, realmente, han contribuido a un esclarecimiento del caso o, por el contrario, ha fomentado la creación de un clima de crispación y consternación entre las partes implicadas en el mismo.

Sólo nueve meses después los medios de comunicación se hacían eco del uso de la red para apoyar a su asesino confeso, Miguel Carcaño. ABC el 15 de septiembre de 2009 titulaba: “Crean un blog como plataforma de apoyo a Miguel Carcaño” y subtitulaba: “Sus admiradoras afirman que el joven asesino confeso de la joven sevillana es inocente y que merece una segunda oportunidad”. La información continuaba:

“«Todos con Miguel Carcaño - Plataforma de Apoyo. Página para mostrar nuestro apoyo a Miguel Carcaño para que se le dé una segunda oportunidad». Así se denomina **apoyosamiguel.blogspot.com**, una nueva página web para apoyar al asesino confeso de **Marta del Castillo**.

Y es que, el joven no sólo tiene **admiradoras que le envían cartas a la cárcel**, sino que también cuenta con gran número de seguidores que creen en su inocencia dentro del crimen.

<sup>15</sup> <http://www.abcdesevilla.es/20090126/sevilla-actualidad/facebook-tuenti-movilizan-marta-200901261824.html> Consultado el día 11 de abril de 2010.

<sup>16</sup> <http://www.gentedigital.es/portada/noticia/21167/tuenti-busca-a-marta-del-castillo/> Consultado el día 10 de abril de 2010.

<sup>17</sup> LÓPEZ LÉRIDA, A. “La noticia tecnológica de la semana”. <http://lanoticiatecnologicadelasemana.wordpress.com/2009/02/22/periodismodequeroseno/> Consultado el día 10 de abril de 2010.

(...) «**Es injusto cómo se le está tratando a Miguel y a su familia**» o «Miguel Carcaño creemos que es inocente, ha habido mucha presión por parte de la sociedad para buscar cualquier declaración por ridícula que sea...» son algunas de las frases introductorias de los creadores de dicha web.

En el blog hay un espacio para que los visitantes dejen sus mensajes de apoyo al joven y expliquen por qué debería quedar en libertad. **Ahora mismo, se superan los 1.000 comentarios**, tanto criticando con dureza a Carcaño como afirmando «que todo el mundo cometemos fallos, cometemos errores, y la gente se perdona, ¿por qué Miguel Carcaño no puede tener una segunda oportunidad?».

Algunos, como Anónimo, piden el cierre directo del blog y se pregunta que quién le da ahora una segunda oportunidad a Marta. Asimismo, le siguen más de 70 comentarios que no se explican cómo puede haberse creado una página así.

El blog se completa con varias imágenes del joven y con una cuenta de correo electrónico para que los seguidores le escriban unas palabras de ánimo<sup>18</sup>.

Como hemos podido comprobar dos son las posturas o corrientes de opinión detectadas en las redes sociales en relación a este caso y que corroboran los usos positivos y/o negativos manifestados en el corpus teórico. Nada más conocerse la noticia de la desaparición de la joven sevillana, las redes sociales, especialmente Tuenti y Facebook, se convirtieron en espacios de encuentro entre todas aquellas personas que brindaban su apoyo a la familia, las cuales se organizaron para comenzar con las primeras labores de búsqueda. En este sentido, las redes sociales sirvieron para sensibilizar y movilizar a la población, contribuyendo al enaltecimiento de uno de los valores éticos más asentados en la sociedad como es la solidaridad con el prójimo y aportando incluso importantes pistas de cara a la investigación abierta.

Sin embargo, cuando se conoció la detención de Miguel Carcaño como presunto asesino o asesino confeso de la joven, también las redes sociales se convirtieron en un punto de encuentro para aquellas personas que mostraban su apoyo, e incluso, su admiración, provocando la indignación de la inmensa sociedad española que, asistía, atónita, a este espectáculo en el que las redes sociales podían jugar un papel bastante perverso. En este sentido, “la popularidad de estos jóvenes sigue creciendo en las redes sociales e incluso el que en un principio se declaró autor de la muerte de Marta tienes varios clubes de fans<sup>19</sup>”.

Podemos afirmar que el asesinato de Marta del Castillo Casanueva fue incluso predestinado en la red social Tuenti a través de la cual se han desvelado conversaciones privadas y personales mantenidas entre Marta y Miguel. “Marta, antes te he dicho que te iba a matar por la camiseta pero es que ahora te mato de verdad, hija de tu madre, que sepas que te la voy a devolver”. Con estas palabras, Miguel Carcaño lanzó el 28 de agosto de 2008 a las 03:20 de la madrugada esta amenaza a Marta del Castillo, dejando este mensaje en la red social Tuenti. La respuesta de Marta no se hizo esperar y a la mañana siguiente escribió “jajaja...se siente”, cerrando su comentario con un “te quiero”. Incluso la mejor amiga de Marta no dio importancia a “un comentario aparentemente inocente, uno más entre un grupo de amigos propio de

---

<sup>18</sup> <http://www.abc.es/20090915/nacional-sucesos/crean-blog-como-plataforma-200909151633.html> Consultado el día 11 de abril de 2010.

<sup>19</sup> VALENCIA A. (2010): “Se impone hablar con seriedad con los que mataron a Marta del Castillo”. <http://sociopolitica.com/sociedad/la-television-e-internet-y-las-redes-sociales-en-el-caso-marta-del-castillo>.

Tuenti<sup>20</sup>”. Cinco meses después, concretamente en la tarde noche del día 24 de enero de 2009, cumplió su promesa. Este mensaje escrito por Miguel Carcaño a Marta ha sido rescatado por los propios amigos de la víctima quienes han vuelto a difundirlo a través de la misma red social, Tuenti, poniendo de relieve el carácter celoso y posesivo que tiene el autor confeso del crimen.

Según podía leerse el 19 de febrero de 2009 en Internet, “todos los implicados del caso salvo el hermano del autor del crimen tienen perfiles en Tuenti. También la víctima lo tenía y su cuenta permanece activa aún, recibiendo numerosos comentarios y montajes fotográficos con los que sus amigos tratan de homenajearla. La cuenta de Samuel Benítez Pérez, el joven que presuntamente ayudó a Miguel a deshacerse del cuerpo de Marta, también permanece activada aunque con un cambio respecto a los últimos días. En la foto del perfil, Samuel tenía colocada una fotografía junto a su novia, que ahora ha sido borrada. Tuenti ya ha anunciado que en las próximas horas borrará las cuentas de Marta del Castillo y del menor implicado en el crimen, al que numerosas personas se dirigen preguntándose cómo un niño de 15 años pudo participar en este asesinato<sup>21</sup>”.

Lo que está claro es que “el caso de Marta del Castillo pasará a la historia como el primer crimen que ha sido descubierto y en el que los acusados han sido inculcados gracias a la ayuda de una nueva aplicación tecnológica: la red social Tuenti. Su importancia en la trama judicial ha sido determinante para inculcar a Miguel, o a su amigo Samuel, de hecho, de no haber existido Tuenti, puede que todavía se estuviera hablando de desaparición en lugar de asesinato<sup>22</sup>”.

Incluso los medios de comunicación tradicionales han usado de forma inadecuada e indebida estas redes sociales como fuentes de información para tratar el caso de Marta del Castillo, potenciando el denominado “periodismo de queroseno” que el editor del Washington Post Ben Bradlee definió como “esa clase de periodismo en el que los periodistas ponen queroseno en cualquier humo (por atisbo de noticia) que puedan detectar, antes de saber a ciencia cierta por qué hay humo y cuál es la causa que lo motiva. Los titulares que se generan vienen de una noticia provocada, no de la investigación sobre un suceso<sup>23</sup>”. Sin duda, este panorama informativo definido por Bradlee tiene su más clara manifestación en Internet “donde el más mínimo indicio de noticia tiene increíbles ecos mediáticos en la prensa más profesionalizada y tradicional, arrastrada por la imparable realidad de las nuevas tecnologías, donde cada persona puede enviar noticias al mundo de forma inmediata (...) De hecho, muchos medios de comunicación tradicionales utilizan noticias de estos dos medios y otros muchos blogs para generar atractivos titulares o completar sus propias noticias con datos generados en algún lugar de Internet<sup>24</sup>”. Joaquín López Lérída se refiere a los medios *meneame* y *barrapunto*.

---

<sup>20</sup> <http://www.denuncia-social.com/tuenti-marta-del-castillo-y-asesinos-claves-para-solucionar-asesinato/> Consultado el día 2 de marzo de 2010.

<sup>21</sup> <http://www.denuncia-social.com/tuenti-marta-del-castillo-y-asesinos-claves-para-solucionar-asesinato/> Consultado el día 2 de marzo de 2010.

<sup>22</sup> <http://thefoolonthehill89.wordpress.com/2009/02/23/mediatizacion-del-dolor-o-de-como-convertir-en-un-negocio-redondo-la-muerte-de-una-menor/> Consultado el día 2 de marzo de 2010.

<sup>23</sup> BRADLEE, B. en LÓPEZ LÉRIDA, A. “La noticia tecnológica de la semana”. <http://lanoticiatecnologicadelasemana.wordpress.com/2009/02/22/periodismodequeroseno/> Consultado el día 12 de abril de 2010.

<sup>24</sup> LÓPEZ LÉRIDA, A. “La noticia tecnológica de la semana”. <http://lanoticiatecnologicadelasemana.wordpress.com/2009/02/22/periodismodequeroseno/> Consultado el día 12 de abril de 2010.

Este panorama informativo se ha puesto claramente de manifiesto en el caso de Marta del Castillo. Sin duda, la red social Tuenti “generó humo y una parte de sus usuarios no tuvieron más que echar un poco de queroseno para empezar a generar noticias de dudosa credibilidad aunque igualmente podría haber proporcionado importantes pistas a la investigación y ha sido una valiosísima herramienta de cara a la rápida movilización popular<sup>25</sup>” que se produjo en los días posteriores a su desaparición. Incluso se ha llegado a leer en Internet que el cuerpo de Marta del Castillo ha sido encontrado en varias ocasiones, un rumor que ha circulado por la red sin llegar nunca a confirmarse. Todo esto pone de manifiesto la inmensa cantidad de información que inunda Internet, información de dudosa credibilidad que rompe los límites de la ética.

Algunos datos sacados de esta u otras redes sociales no se sabe muy cómo se han generado, pero han conseguido saltar a los medios tradicionales con una exagerada facilidad. De hecho, durante esta última semana ha sido muy habitual la referencia en los medios de comunicación tradicionales a Tuenti y otros lugares de Internet que en algunos casos de forma cuestionable han ido profundizando en los detalles del suceso y sus protagonistas, sus antecedentes y han ido desvelando la intimidad de la chica de una forma desconocida hasta el momento en casos de este tipo, vulnerando este derecho esencial del ser humano recogido en nuestra Constitución Española. Es más, “Tuenti” ha sido acusado de “vulnerar la confidencialidad de las imágenes y de la información personal de los implicados en la trama y se ha puesto en entredicho la seguridad del servicio. (...) Todavía es pronto para determinar o intentar criminalizar a aquéllos que hacen un uso incorrecto de este servicio. (...) Lo que sí está claro es que se debe proceder al estudio de un código ético que preserve el derecho a la vida privada y el uso de estas redes sociales<sup>26</sup>”.

Esto ha llevado a los medios de comunicación tradicionales (televisión) a tener problemas con la justicia, al mostrar en pantalla el perfil que nueve menores de edad, amigos de la joven, tenían en la red social Tuenti. Así, leíamos el pasado 23 de febrero en el periódico El Mundo que “el fiscal reclama 27.000 euros a Canal Sur y Telemadrid por mostrar a menores”, lo que supone una indemnización de 3.000 euros para cada uno. Las imágenes, según informa, El Mundo, “fueron utilizadas como fondo de pantalla el 16 de febrero de 2009 – nada más ser detenido el asesino confeso de Marta, Miguel Carcaño – en dos tertulias del programa “La tarde con María del Monte” de Canal Sur Televisión y “Alto y Claro” de Telemadrid<sup>27</sup>”.

Sin embargo, el abogado de la productora ZZJ, Joaquín Moeckel, sostiene que “al colgar sus datos personales en internet, los menores ya estaban dando un “consentimiento implícito” a su divulgación y además las imágenes fueron tomadas del portal Youtube, que es “un foro abierto a todo el público que disponga de un ordenador y una conexión a internet”. Esta situación pone de manifiesto el debate y la polémica sobre las redes sociales como fuentes de información y las lagunas jurídicas a la hora de delimitar su uso.

---

<sup>25</sup> Ídem.

<sup>26</sup> <http://thefoolonthehill89.wordpress.com/2009/02/23/mediatizacion-del-dolor-o-de-como-convertir-en-un-negocio-redondo-la-muerte-de-una-menor/> Consultado el día 10 de abril de 2010.

<sup>27</sup> El Mundo (23 de febrero de 2010): El fiscal reclama 27.000 euros a Canal Sur y Telemadrid por mostrar a menores, p. 7.

En este sentido, podemos leer en el blog de Alfonso Valencia lo siguiente: “lo que ya pasa de castaño oscuro es el morbo que va en aumento propiciado por las imágenes sacadas de las redes sociales en Internet que pueden causar un “daño irreparable” a los menores, de manera que antes de que el fenómeno vaya en aumento la fiscalía, la Junta de Andalucía, el Gobierno central y el Consejo Audiovisual de la Comunidad han decidido intervenir<sup>28</sup>”.

Al igual que las redes sociales, los blogs también se hicieron eco de la desaparición de Marta del Castillo, demostrado en las innumerables referencias encontradas en Internet sobre el caso que remiten a estos cuadernos bitácoras. Así leemos en el blog de Alfonso Valencia: “Una pequeña contribución del blog al esclarecimiento de la desaparición de Marta: toda difusión es poca y desde el momento en que se edite esta entrada podrá ser vista en al menos 50 países y este es un medio más para ayudar a resolver el caso<sup>29</sup>”, en referencia al texto que se usó para denunciar la desaparición de la joven.

No obstante, también existen defensores del papel que Tuenti ha desempeñado en el caso Marta del Castillo. Valgan de ejemplo las palabras de Carlos Blanco Vázquez en su blog personal, donde afirma que “los medios de comunicación han hecho un uso desmedido de la vinculación de Tuenti con respecto al caso. Incluso, legamente se han vulnerado los términos de uso de Tuenti que prohíben utilizar contenidos privados en otros soportes<sup>30</sup>”.

En este mismo sentido, podemos leer en otro blog el siguiente comentario: “también se han criminalizado las redes sociales de Internet que tanto utilizan los adolescentes. Es la historia de siempre, responsabilizar a la tecnología de los actos que cometemos las personas. Como si a Marta la hubiera matado un ordenador -o el uso que hacía de él-... y no la mala suerte de tener por novio a un chico – presuntamente asesino- capaz de matarla a golpes con un cenicero<sup>31</sup>”.

Sin duda, el caso Marta del Castillo ha supuesto una gran conmoción en la ciudadanía española. Su enorme impacto emotivo es lo que ha potenciado que los medios de comunicación, incluido internet, hayan convertido el tratamiento de esta noticia en un auténtico circo mediático, alcanzando dimensiones inaceptables y mediatizando el dolor de una familia que lo único que quiere es

---

<sup>28</sup> VALENCIA A. (2010): “La televisión e Internet y las redes sociales en el caso Marta del Castillo”. <http://sociopolitica.com/sociedad/la-television-e-internet-y-las-redes-sociales-en-el-caso-marta-del-castillo>. Consultado el día 10 de abril de 2010.

<sup>29</sup> VALENCIA, A. (2010): “Marta del Castillo Casanueva sigue desaparecida”. <http://sociopolitica.com/sociedad/la-television-e-internet-y-las-redes-sociales-en-el-caso-marta-del-castillo>. Consultado el día 10 de abril de 2010.

<sup>30</sup> BLANCO VÁZQUEZ, C. (24 febrero 2009). <http://www.carlosblanco.com/2009/02/24/en-defensa-de-tuenti-por-el-caso-marta-del-castillo/> Consultado el día 10 de abril de 2010.

<sup>31</sup> GARCIA, J. M. (23 febrero 2009). Como puños. Por la libertad de expresión. La obscena morbosidad del caso “Marta del Castillo”. <http://blogs.larioja.com/insolencias/2009/2/23/la-obscena-morbosidad-del-caso-marta-del-castillo-2> Consultado el día 10 de abril de 2010.

que aparezca el cuerpo de su hija para que pueda descansar en paz y que los culpables, quienes sean, cumplan la condena impuesta por la Justicia.

Como vemos, una misma forma de usar la red, pero con objetivos bien diferentes entre sí. En este caso no se usaron las redes sociales, pero sí los blogs, otra plataforma gratuita para expresar los sentimientos y que permite crear una identidad de grupo a través de los comentarios, aunque éstos también puedan criticar lo allí publicado.

## **5. Conclusiones**

Llegados a este punto, podemos afirmar que:

- La gran implantación de la red en la población ha hecho que los ciudadanos usen esta herramienta para una gran diversidad de fines; alejándose, en muchas ocasiones, de los objetivos que se perseguían inicialmente. Sin duda, la web 2.0 puede aportar grandes beneficios para la sociedad, entre ellos, la educación on-line, cada vez más extendida entre los usuarios cibernéticos que apuestan por una enseñanza a distancia como método de aprendizaje y formación en aquellas disciplinas o áreas de interés.
- No obstante, la red no está exenta de perversiones en un mundo aún no acostumbrado al uso y manejo de las Nuevas Tecnologías al servicio del ser humano. Las redes sociales son fiel muestra de ello, ya que no solamente se utilizan para crear y dar a conocer un espacio personal ante la comunidad cibernética, estableciendo contactos con amigos y con la sociedad en su conjunto. Un mal uso de las redes sociales también puede acarrear graves peligros para la propia integridad, no solo moral sino también física, de sus usuarios, sobre todo si nos referimos a jóvenes, muchos de ellos menores de edad.
- El tratamiento que las redes sociales y los blogs han dado al caso “Marta del Castillo” ha puesto de manifiesto los usos positivos y negativos a los que hemos hecho alusión en esta comunicación. Si bien, al principio, las redes sociales se utilizaron para movilizar a familiares, conocidos y población en general en la búsqueda de la joven sevillana, sirviendo incluso como instrumento fundamental de cara a la investigación; más tarde sirvieron para crear un clima de crispación, consternación e indignación entre las partes implicadas en el caso, ante la abundante información publicada que vulneraba uno de los derechos fundamentales del ser humano como es la protección de su intimidad y/o privacidad; y mucho más al utilizarse las redes sociales como plataforma para la creación de club de fans que mostraban abiertamente su apoyo al único asesino confeso del asesinato de Marta del Castillo, Miguel Carcaño. En este sentido, las redes sociales Facebook y Tuenti han contribuido a justificar y apoyar a una persona que ha confesado matar a otra, provocando el adoctrinamiento de masas.
- Incluso los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) han usado de forma inadecuada e indebida estas redes sociales como

fuentes de información para tratar el caso de Marta del Castillo, basándose en el morbo y en el rumor con el único objetivo de ganar la batalla de las audiencias, siendo partícipes de un espectáculo que se aleja de los principios éticos del periodismo. En el caso de la televisión, incluso ha habido cadenas que han tenido problemas con la justicia por mostrar en pantalla imágenes de menores obtenidas de los perfiles de la red social Tuenti.

- Por tanto, observamos que las redes sociales pueden servir para educar, pero también para adoctrinar. Así, si bien pueden contribuir al enaltecimiento de los valores éticos más asentados en la sociedad, también pueden ser el caldo de cultivo y el asentamiento de las perversiones más oscuras entre la población.

## REFERENCIAS

- PLANETA WEB 2.0. Inteligencia colectiva o medios *fast food*.** Barcelona, España / México DF. Septiembre 2007. Disponible en: <http://www.planetaweb2.net>, consultado el 17/02/2010. P. 15.
- COBO ROMANÍ, CRISTÓBAL; PARDO KUKLINSKI, HUGO (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF, p. 12.
- MOLINA, J.L. (2001): El análisis de redes sociales. Una introducción, Ediciones Bellaterra, Barcelona, p. 37.
- LÓPEZ LÉRIDA, A. "La noticia tecnológica de la semana". <http://lanoticiatecnologicadelasemana.wordpress.com/2009/02/22/periodismodequeroseno/> Consultado el día 10 de abril de 2010.
- VALENCIA A. (2010): "Se impone hablar con seriedad con los que mataron a Marta del Castillo". <http://sociopolitica.com/sociedad/la-television-e-internet-y-las-redes-sociales-en-el-caso-marta-del-castillo>.
- BRADLEE, B. en LÓPEZ LÉRIDA, A. "La noticia tecnológica de la semana". <http://lanoticiatecnologicadelasemana.wordpress.com/2009/02/22/periodismodequeroseno/> Consultado el día 12 de abril de 2010.
- LÓPEZ LÉRIDA, A. "La noticia tecnológica de la semana". <http://lanoticiatecnologicadelasemana.wordpress.com/2009/02/22/periodismodequeroseno/> Consultado el día 12 de abril de 2010.
- El Mundo (23 de febrero de 2010): El fiscal reclama 27.000 euros a Canal Sur y Telemadrid por mostrar a menores, p. 7.
- VALENCIA A. (2010): "La televisión e Internet y las redes sociales en el caso Marta del Castillo". <http://sociopolitica.com/sociedad/la-television-e-internet-y-las-redes-sociales-en-el-caso-marta-del-castillo>. Consultado el día 10 de abril de 2010.
- VALENCIA, A. (2010): "Marta del Castillo Casanueva sigue desaparecida". <http://sociopolitica.com/sociedad/la-television-e-internet-y-las-redes-sociales-en-el-caso-marta-del-castillo>. Consultado el día 10 de abril de 2010.
- BLANCO VÁZQUEZ, C. (24 febrero 2009). <http://www.carlosblanco.com/2009/02/24/en-defensa-de-tuenti-por-el-caso-marta-del-castillo/> Consultado el día 10 de abril de 2010.
- GARCIA, J. M. (23 febrero 2009). Como puños. Por la libertad de expresión. La obscena morbosidad del caso "Marta del Castillo". <http://blogs.larioja.com/insolencias/2009/2/23/la-obscena-morbosidad-del-caso-marta-del-castillo-2> Consultado el día 10 de abril de 2010.

## FUENTES ONLINE

- [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/Articulos\\_Servicios\\_-\\_Redes\\_Sociales/seccion=1188&idioma=es\\_ES&id=2009101611280001&activo=4.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/Articulos_Servicios_-_Redes_Sociales/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009101611280001&activo=4.do) Consultado el día 11 de abril de 2010.
- <http://www.webnova.com.ar/articulo.php?recurso=631>. Consultado el día 11 de abril de 2010.



<http://www.abcdesevilla.es/20090126/sevilla-actualidad/facebook-tuenti-movilizan-marta-200901261824.html> Consultado el día 11 de abril de 2010.

<http://www.gentedigital.es/portada/noticia/21167/tuenti-busca-a-marta-del-castillo/> Consultado el día 10 de abril de 2010.

<http://www.abc.es/20090222/nacional-sociedad/redes-sociales-intimidad-menores-20090222.html> Consultado el día 11 de abril de 2010.

<http://www.eldiariomontanes.es/20090826/cantabria/uimp/redes-sociales-tienen-efectos-20090826.html> Consultado el día 8 de abril de 2010.

<http://www.lavozdegalicia.com/tecnologia/2010/01/28/00031264700743092525520.htm> Consultado el día 8 de abril de 2010.

<http://www.abcdesevilla.es/20090126/sevilla-actualidad/facebook-tuenti-movilizan-marta-200901261824.html> Consultado el día 11 de abril de 2010.

<http://www.gentedigital.es/portada/noticia/21167/tuenti-busca-a-marta-del-castillo/> Consultado el día 10 de abril de 2010.

<http://www.abc.es/20090915/nacional-sucesos/crean-blog-como-plataforma-200909151633.html> Consultado el día 11 de abril de 2010.

<http://www.denuncia-social.com/tuenti-marta-del-castillo-y-asesinos-claves-para-solucionar-asesinato/> Consultado el día 2 de marzo de 2010.

<http://www.denuncia-social.com/tuenti-marta-del-castillo-y-asesinos-claves-para-solucionar-asesinato/> Consultado el día 2 de marzo de 2010.

<http://thefoolonthehill89.wordpress.com/2009/02/23/mediatizacion-del-dolor-o-de-como-convertir-en-un-negocio-redondo-la-muerte-de-una-menor/> Consultado el día 2 de marzo de 2010.

<http://thefoolonthehill89.wordpress.com/2009/02/23/mediatizacion-del-dolor-o-de-como-convertir-en-un-negocio-redondo-la-muerte-de-una-menor/> Consultado el día 10 de abril de 2010.