



Cómo permanecer privado en público

Cómo limitar su exposición en los sitios de redes sociales

Consejos para los consumidores

Hoja 14 de información al consumidor • Julio de 2014

La manera de interactuar con otras personas ha cambiado en forma radical en el siglo XXI. Hoy en día, muchos de nosotros, tanto jóvenes como viejos, compartimos nuestras opiniones, experiencias, fotos y videos en línea.¹ Expandimos y nutrimos nuestras relaciones personales y profesionales usando Facebook, LinkedIn, Twitter y YouTube. Dicho de manera simple, ahora socializamos en las redes sociales.

Tipos de redes sociales

Las redes sociales se pueden clasificar en ciertas categorías amplias. Hay redes personales como Facebook y MySpace; redes de actualización como Twitter y Google Buzz; redes de localización como Foursquare y Loopt; y redes para compartir contenido, como YouTube y Flickr. Las redes sociales pueden combinar funciones o cambiar completamente con el tiempo. Lo que tienen en común es que necesitan información sobre usted para poder tener éxito.

Lo que usted comparte

La gente que administra las redes sociales quiere que usted comparta información con ellos. Dicen que ello les permite “personalizar” su cuenta para poder “gozar al máximo de la experiencia social”. Cuanto más detalles les dé a las redes sociales, mejor podrán contornear su vida en línea.

Quizás tenga un perro sabueso. La red social “lee” sus referencias a perros sabuesos en su perfil y le envía los nombres de otros dueños de perros sabuesos de la red para que se comuniquen con ellos. Usted se comunica con dichos dueños, que a su vez se comunican con otros,

y éstos con otros – y así sin fin. Al compartir su amor por los perros sabuesos, ha iniciado un grupo activo en expansión de dueños de sabuesos. Eso es una red social.

Las redes sociales en línea nos alientan a compartir fotos y videos, “etiquetadas” con los nombres, edad, sexo y otra información biográfica de las personas que allí aparecen, como educación, empleo y pueblo en que viven, información de contacto, actualización de estado (qué es lo que hacen ahora y dónde están), intereses, cosas que les gustan y no les gustan.

Usted puede controlar su experiencia en las redes sociales

Al interactuar con otras personas en el mundo físico o “real”, usamos sentido común, practicamos buenos modales y obedecemos la ley. Si cometemos un error, como seres humanos que somos, tratamos de corregirlo y pasamos a otra cosa. Es una manera inteligente de vivir.

Cuando socializamos en Internet, se deberían aplicar los mismos principios. Al compartir nuestros comentarios, tweets, fotos, actual-

izaciones de estado, mensajes y perfiles, la “confianza” adquiere un peso enorme. Solo podemos tener esperanza de que nuestros “amigos” pensarán antes de revelar nuestros secretos a sus “amigos”. En un lugar donde nuestros “amigos” pueden tener a su vez 5,000 “amigos” más cada uno, hace falta mucha confianza.

Usted puede controlar su experiencia en las redes sociales y lo que comparte.

Su configuración de privacidad

La mayoría de las redes sociales configura su cuenta automáticamente para que “todos” puedan ver quién es usted y qué es lo que hace.² No tiene que exponerse tanto. Puede decidir qué tan público quiere ser.

Un artículo de la revista *Consumer Reports* revela que uno de cuatro hogares no usa su configuración de privacidad en la red social.³ Usted puede revertir esa tendencia. Visite regularmente su “Cuenta” para personalizar las configuraciones de privacidad a su gusto.

También lea (y vuelva a leer) la política de privacidad de su red social para averiguar cómo el sitio maneja su información personal. Esto incluye la información que usted publica y la información que proporciona al inscribirse. También incluye información recolectada cuando navega o visita los sitios. Consulte las normas de privacidad para ver si hay oportunidades para controlar el uso de su información por parte de los sitios y otros con quienes comparten dicha información.

Cómo ser selectivo

- Tenga un círculo de amigos reconocible. Si permite que una persona desconocida se una a su red, sus amigos desconocidos también tendrán acceso a su información. Juzgue a

los extraños como extraños, igual que en el mundo “real”.

- Cuando su red social le sugiere agregar un amigo, función o *app* a su cuenta, puede decir que no. Si cambia de parecer, puede agregarlos más tarde.
- Tómese un minuto y piense en lo que comparte en línea. No hable de problemas médicos ni de cualquier otra cosa que no quiere que se anuncie públicamente.
- Si comparte los nombres de sus mascotas, no los use en sus contraseñas. Los malhechores recorren las páginas de los medios sociales para encontrar información que los pueda ayudar a descubrir contraseñas en línea.
- No publique su dirección o número de teléfono.
- Proteja su dirección de correo electrónico; no la publique. Use en vez la herramienta de mensajes de la red social.
- Tenga cuidado al revelar dónde está, también conocido como su ubicación en “tiempo real”.
- Nunca publique que no va a estar en su casa. Visite www.pleaserobme.com para ver la facilidad con que los malhechores le pueden robar.
- No publique su fecha de nacimiento completa en su perfil – omita el año.
- No etiquete o “tag” las fotos de sus hijos con sus nombres en su red social. Pídale a sus amigos y familiares que no etiqueten las fotos donde aparecen sus hijos.

- Use una contraseña segura para acceder las páginas de las redes sociales y NUNCA se la dé a nadie.
- Use estrategias seguras para dar las respuestas a sus preguntas de seguridad. Por ejemplo, a la pregunta “¿Cuál fue el nombre de su primera mascota?”, conteste “D0naLDuck%67.”
- Siempre supervise a sus hijos en Facebook, MySpace y Twitter, y en cualquier otra red social en la que probablemente compartan información personal con “amigos” de Internet.
- Proteja su información protegiendo su computadora con el mejor software contra *malware* disponible. Vea nuestra *Hoja 12 de información al consumidor: Proteja su computadora de virus, hackers y espías*.

Tenga cuidado con las apps

Muchos sitios de redes sociales lo invitan a descargar aplicaciones (*apps*) ofrecidas por terceras partes. Estas *apps* no están cubiertas por la política de privacidad de la red social. Los ejemplos más populares y conocidos de *apps* de las redes sociales son juegos y acertijos.

La Comisión Federal del Comercio confirma que las compañías que producen estas *apps* probablemente tengan acceso a la información que usted o sus amigos publican en la red social.⁴ Y *Consumer Reports* dice que las *apps* infectan millones de computadoras con virus todos los años.

Si le gusta usar *apps*, tome un poco de tiempo adicional para protegerse a sí mismo y a su computadora. Fijese en las configuraciones de privacidad de la aplicación en la política de privacidad del sitio de la red social. Lea el aviso que emerge cuando comienza a descargar una *app*. Considere si la *app* vale la pena el “costo de información” que va a pagar.

La ACLU tiene su propio acertijo divertido que revela las ventajas y desventajas de las *apps*. Puede encontrarlo en su sitio web: www.aclu.org.

Información adicional

Comisión Federal del Comercio, *Protecting Privacy in an Era of Rapid Change* (Cómo proteger su privacidad en una era de rápidos cambios), Diciembre de 2010, disponible en www.ftc.gov/os/2010/12/101201privacyreport.pdf.

Hoofnagle, Chris Jay, King, Jennifer, Li, Su y Turow, Joseph, *How Different are Young Adults from Older Adults When it Comes to Information Privacy Attitudes and Policies?* (¿En qué se distinguen los jóvenes de los adultos más grandes con respecto a las actitudes y políticas de privacidad de la información?) (14 de abril de 2010). Disponible en SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1589864>.

Ito, Mizuko et al. *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. (Pasando el rato, jugando un poco y dándose las de expertos: los niños viven y aprenden de los nuevos medios de comunicación). Cambridge, MA: MIT, 2010.

Kirkpatrick, David. *The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World*. (El efecto Facebook: La historia interna de la compañía que está conectando el mundo.) New York: Simon & Schuster, 2010.

Marwick, Alice E., Diego M. Diaz y John Palfrey. *Youth, Privacy and Reputation*. (Juventud, privacidad y reputación.) The Berkman Center for Internet & Society Research Publication Series:, 13 de abril de 2010, disponible en <http://cyber.law.harvard.edu/publications>.

Palfrey, John G. y Urs Gasser. *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital*

Natives. (Nacido digital: Cómo comprender a la primera generación de digitales nativos.) New York: Basic, 2008.

Privacy Rights Clearinghouse, *Fact Sheet 35: Social Networking Privacy: How to be Safe, Secure and Social*, (Hoja informativa 35: Privacidad en las redes sociales: cómo ser seguro y social), disponible en www.privacyrights.org/social-networking-privacy.

Wolinsky, Art, *Protecting Privacy on Facebook (Cómo proteger su privacidad en Facebook)*, tutorial disponible en www.wiredsafety.org/fbprivacy/index.html.

Esta hoja se proporciona con fines informativos y no debe interpretarse como asesoramiento legal ni como la política del Estado de California. Si desea obtener asesoramiento sobre un caso en particular, debe consultar con un abogado u otro experto. Esta hoja de información se puede copiar, siempre y cuando (1) no se cambie ni se desvirtúe el significado del texto copiado, (2) se dé crédito al Departamento de Justicia de California y (3) todas las copias se distribuyan sin cargo.

NOTAS

¹ Reseña, "Older Adults and Social Media" (Adultos mayores y los medios sociales). Pew Research Center's Internet & American Life Project. Web. 27 de diciembre de 2010. <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Older-Adults-and-Social-Media.aspx>

² Política de privacidad de Facebook, 23 de noviembre de 2010, www.facebook.com/?ref=home#!/privacy/explanation.php: "Las configuraciones que elija controla qué personas y aplicaciones pueden ver su información. Puede compartir su información con amigos, amigos de amigos, o todos, y ofrecemos configuraciones estándar para ayudarlo. O, si prefiere, puede seleccionar sus configuraciones a medida".

³ *Consumer Reports*, Junio de 2010.

⁴ p.6 <http://www.ftc.gov/os/2010/12/101201privacyreport.pdf>.