facua

Consumidores en Acción

Tus derechos en las redes sociales

facua

Consumidores en Acción

Tus derechos en las redes sociales

INTRODUCCIÓN

El progresivo avance en el uso de Internet está desbancando al resto de medios de comunicación convencionales. Los internautas han incrementado el tiempo que pasan conectados a la red por medio de ordenadores y dispositivos móviles, y cada vez hacen un uso más sofisticado de esta herramienta.

Las cada vez mayores posibilidades y nuevos servicios que se ofrecen a través del ordenador están empujando a su utilización, sobre todo entre un segmento de audiencia joven entre los que las relaciones personales, la descarga de música y los juegos son piezas fundamentales.

Concretamente, las redes sociales de Internet han ganado su lugar de una manera vertiginosa hasta convertirse en prometedores negocios para empresas, artistas, marcas, *freelances* y, sobre todo, en lugares para encuentro, contacto con amigos, saber lo que están haciendo en cada momento, compartir con ellos fotos y vídeos, reencontrarse con los compañeros del colegio, seguir de cerca a tus ídolos, formar parte de clubes de *fans*, compartir pasión por el cine con la gente que tiene los mismos intereses que tú, invitar a un amigo que vive a varios kilómetros a tomar un café, etc.

La imagen que ofrecemos de nosotros mismos en la red se refleja en lo que se conoce como *identidad digital* o *identidad 2.0*. Se trata del conjunto de rasgos que caracterizan a un individuo o colectivo en un medio de transmisión digital.

Al igual que en la vida real, conservar o no una buena identidad digital repercutirá en nuestra reputación personal y profesional. **¿Qué hemos de saber para desenvolvernos por las redes sociales?**

QUÉ SON LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales son estructuras de comunicación social compuestas de grupos de personas conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o conocimientos compartidos. Estas redes promueven la interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad.

Se trata, normalmente, de un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. En las redes sociales de Internet tenemos la posibilidad de interactuar con otras personas que no tenemos por qué conocer en la vida real.

Cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo. La red no es lo mismo si uno de sus miembros deja de ser parte.

La posibilidad de intervenir en una red social rompe el aislamiento que suele aquejar a muchas personas, lo cual suele manifestarse en retraimiento y otras veces en excesiva vida social sin afectos comprometidos.

Por ello, la identidad digital no tiene por qué coincidir con la identidad real: una misma

> **Cada una de las persona**

persona puede ser tímida en su vida diaria, y comportarse de forma extrovertida y jovial a través de las redes sociales.

En determinados casos, esta pauta puede dar lugar a la creación de un avatar, un personaje con casi una vida paralela provisto de la personalidad, el aspecto físico y el estatus social que queramos darle.

USOS PRINCIPALES

Son varios los perfiles de los usuarios en cuanto a nivel cultural, sociológico, geográfico, etc. Sin embargo, cualquier persona que utilice la red converge en la necesidad de interactuar con otra gran masa de internautas a los que se quiere sentir psicológicamente unido:

Mantenimiento de amistades

Implica seguir en contacto con amigos de la escuela o el instituto, compañeros de trabajo, amistades de las vacaciones, etc. De no ser por estos servicios, muchas de estas relaciones se perderían, como ocurría antes del despunte de las redes sociales.

Nueva creación de amistades

> **Cada una de las personas que participa en las redes sociales relaciona a sus contactos con segundas o terceras personas**

Si bien las redes mantienen el contacto entre personas que se conocen, cada una de las personas que participa relaciona de una forma u otra a sus contactos con segundas o terceras personas, que pueden a su vez interactuar y conocerse. Así, el amigo de un amigo puede llegar a ser contacto y posteriormente amigo de un tercero.

Entretenimiento

Aunque las redes sociales sirven para interactuar y acrecentar las relaciones, también hay un perfil de usuarios de éstas que las usa como portal de entretenimiento, sin más pretensiones. Exploran las actualizaciones del estado de algunos usuarios, se ponen al día sobre vidas ajenas, descubren los nuevos colegas de antiguos compañeros de clase, etc. Supone una nueva forma de relación específica de

este tipo de comunicación.

Gestión interna de organizaciones empresariales

Cada vez con más frecuencia, muchas de las empresas que nos encontraremos durante nuestra vida laboral fomentan ya en su estructura las redes sociales privadas para agilizar trámites, comunicaciones, conferencias, informes, o se crean otras redes simplemente para poder estar en contacto con profesionales del sector, tanto a nivel laboral como personal.

VENTAJAS DEL USO DE REDES SOCIALES

A pesar de las múltiples funcionalidades de las redes sociales, conviene tener en cuenta cuáles son sus ventajas e inconvenientes para poder hacer un uso óptimo de las mismas:

- Permite conocer gente con nuestros mismos intereses, colaborar con ellos y compartir información.
- Ayuda a aprender y mejorar idiomas de forma gratuita.
- Posibilita la inserción de todo tipo de contenidos.
- Promueve el avance de la tecnología.
- Han provocado el surgimiento de grupos de cooperación y convocatorias de manifestaciones a nivel mundial.
- Son una plataforma idílica para el ocio.
- Fomentan el desarrollo de aficiones comunes a otros usuarios.
- Difunden la celebración de eventos, actos, conciertos y conferencias.
- Permiten enviar y recibir información de forma casi instantánea.
- Son un auténtico escaparate para lanzar nuestro currículum profesional, académico o artístico.

INCONVENIENTES Y PELIGROS DE LAS REDES

- Dispersión de la atención. Los usuarios pueden tener abierta la página en el navegador y estar haciendo más cosas a la vez o tener varias conversaciones simultáneas.
- Reducción de la productividad.
- Suplantación de la identidad.
- Falta de seguridad o de privacidad de los usuarios.

- Posible tendencia al aislacionismo real frente a la sociabilidad en la red.
- Adicción a las redes sociales y búsqueda infinita de contactos.
- Laxitud del lenguaje. ¿Decadencia o evolución?
- Posiles usos delictivos, chantajistas, extorsionadores, acosadores, etc.

HERRAMIENTAS

Las herramientas que proporcionan en general las redes sociales son:

Perfiles visibles

Aunque normalmente tenemos la posibilidad de restringir el acceso público a gran parte de nuestros perfiles, casi todas las redes sociales exigen que una parte de éste sea público. De esta manera, podemos elegir qué ofrecer de nosotros mismos de cara al público, a la vez que podemos tener acceso a los de los demás.

Sincronización de contactos

La mayoría de redes permiten mantener actualizada la lista de contactos de nuestro cliente de correo, y a su vez, permiten importar y localizar a los contactos que estén presentes en las redes sociales. Es una manera de ampliar nuestra agenda.

Sincronización con otras redes sociales

La mayoría albergan la posibilidad de sincronizarlas para así acceder a las novedades de cada red desde sólo una de ellas.

Clientes API

Una interfaz de programación de aplicaciones o API es el conjunto de procesos que permite el uso de programas distintos del original y usar *software* de terceros, a través de programas de dispositivos móviles.

TIPOS DE REDES SOCIALES Y OPCIONES DE PRIVACIDAD

La privacidad es una preocupación constante tanto para usuarios como para las empresas que ofrecen sus servicios en las redes sociales.

Para velar por el buen uso de éstas, será necesario adquirir unos conocimientos básicos que nos ayuden a que nuestra experiencia en la red sea lo más segura

posible.

La mayor parte de las redes sociales permiten cerrar en mayor o menor medida a determinadas personas la información que ofrecemos en nuestros perfiles.

En cualquier caso, es necesario recordar que esa información puede quedar registrada de forma permanente en los ficheros de la empresa responsable de la red social.

Cada una de las persona

TIPOS DE REDES SOCIALES

REDES SOCIALES GENÉRICAS

FACEBOOK

es la red social de uso más extendido en todo el mundo. Aunque originalmente nació como un sitio exclusivo para estudiantes de la Universidad de Harvard, actualmente está abierto a cualquier persona. No fue la primera red social que apareció, pero sí la más utilizada en todo el mundo: más de 1.000 millones de usuarios se han dado de alta hasta ahora.

Las herramientas que ofrece esta página, además de establecer contactos y publicar fotografías, son muy variadas. Es posible crear desde encuestas de opinión hasta participar en juegos, suscribirse a contenidos informativos o incluso realizar compras sin salir de su página. Otro aspecto destacable de esta red es la posibilidad de crear eventos a los que se puede invitar a los contactos

que tienes e, incluso, hacerlo extensivo a otros que tengan unos gustos parecidos. La interfaz de la web está completamente traducida y dispone de *chat* propio.

Las opciones de privacidad de Facebook se encuentran a la derecha del menú superior, en la pestaña *Cuenta > Configuración de la privacidad*. Desde aquí podemos personalizar distintos niveles de privacidad para nuestra cuenta. Una herramienta muy útil y que nos ayudará a diseñar nuestra configuración es *Ver como…*, desde la cual podemos comprobar cómo se visualiza nuestro perfil según quien sea el usuario que acceda.

Con el fin de simplificar la gestión de la privacidad, Facebook permite establecer listas de amigos. Esto posibilita, por ejemplo, que se restrinja el acceso a ciertas fotos al grupo *Conocidos del verano*, pero que en cambio sí puedan verlas otro denominado *Familia*.

TWITTER

se encuentra a medio camino entre una red social y un *blog*: es lo que se conoce como *microblogging*. Se trata de un servicio que permite publicar pequeños mensajes de texto, denominados *tweets*, de un máximo de 140 caracteres. Estos mensajes se pueden crear desde la propia web, aplicaciones de terceros, e incluso utilizando SMS desde el móvil. La distribución se realiza de forma pública y también es recibida de forma individual a los usuarios que tienen la opción habilitada.

Combinado con otros servicios externos, como Twitpic (imágenes) o FourSquare (posicionamiento GPS), las posibilidades de esta red se expanden de forma exponencial. Existen en la actualidad aplicaciones específicas para teléfonos móviles, como por ejemplo iPhone, Nokia, BlackBerry o dispositivos con sistemas Android.

El popular servicio de *microblogging*, por su sencillez, limita sus opciones de privacidad a *Proteger mis Tweets*, que se encuentra dentro de *Configuración*, a la derecha del menú superior, y oculta nuestras publicaciones a personas no autorizadas.

Sin embargo, a pesar de tener las opciones de privacidad tan simplificadas, es recomendable controlar lo que publicamos, puesto que otros servicios compatibles con Twitter (Twitpic, FourSquare, Tumblr, Formspring, etc.) pueden permitir la publicación de datos personales, como fotos o incluso nuestra posición vía GPS.

GOOGLE +

Supone la incursión en las redes sociales de la corporación del conocido buscador.

La red, que ha alcanzado ya los 400 millones de usuarios, nace con vocación de competidora de Facebook.

Google + integra otros servicios sociales de la compañía, tales como Google Perfiles y Google Buzz, e introduce los nuevos servicios *Círculos*, *Quedadas*, *Intereses*, y *Mensajes*.

También está disponible como aplicación de escritorio y como *app* móvil, pero sólo en los sistemas operativos Android y iOS.
Las opciones de privacidad de Google + están dispuestas de manera muy similar a las de Facebook. Al igual que ésta, su configuración de *Perfil y privacidad* se encuentra a la derecha del menú superior, dentro de *Privacidad*.

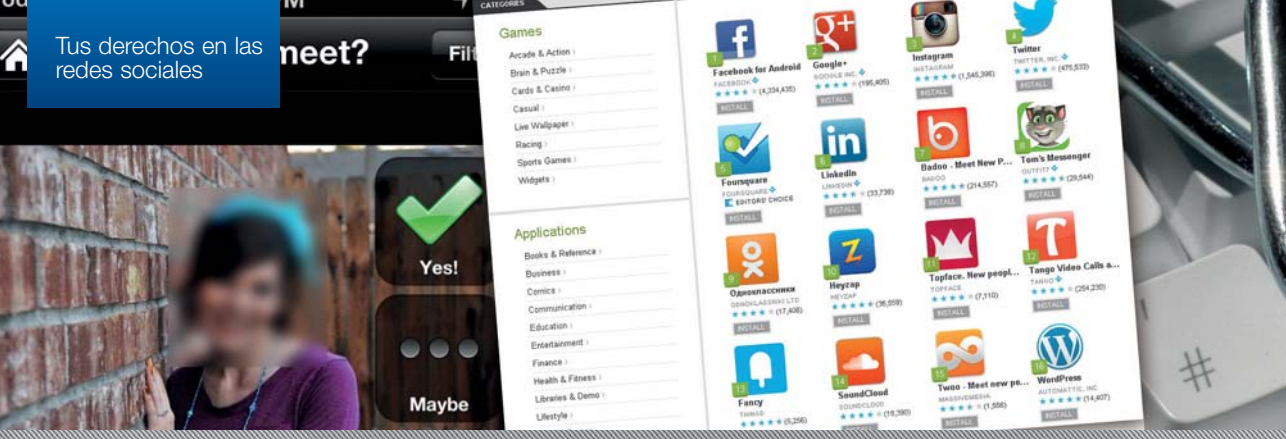
En lugar de listas de amigos, Google + permite controlar la privacidad a través de los círculos, que son grupos de contactos con quienes compartes cosas. Esta red social también permite ver cómo ven los demás nuestro perfil.

TUENTI

Nacida en el año 2006, **Tuenti** es una red social virtual dirigida a la población joven española. Con más de diez millones de usuarios, la red es muy similar a Facebook, pero su uso está más extendido entre los adolescentes españoles.

Al igual que Facebook, Tuenti permite al usuario crear su propio perfil, subir fotos y vídeos y contactar con amigos. Tiene otras posibilidades como crear eventos, Tuenti Sitios y Tuenti Páginas, así como etiquetar amigos en fotos, comentar sus estados, crear su propio espacio personal, chatear a través de su propio chat y Tuenti Juegos.

Las opciones de privacidad de Tuenti son bastante sencillas, y se encuentran en *Privacidad*, adonde se accede desde el icono superior derecho, en *Preferencias*. Sin embargo, al contrario que Facebook y Google +, Tuenti no permite la agrupación en listados de amigos, por lo que si cerramos o abrimos la información de nuestro perfil, lo haremos sólo bajo cuatro criterios: *Nadie*, *Sólo mis amigos*, *Amigos de amigos* o *Todo Tuenti*. Por



tanto, será esencial cuidar nuestros contactos y la información que publicamos en nuestro perfil.

BADOO

Es una red social orientada principalmente a encontrar amigos o pareja. Está disponible en 16 idiomas y cuenta con más de 160 millones de usuarios procedentes de 180 países diferentes.

Tiene un sistema de búsqueda de usuarios por ubicación geográfica. Según un estudio sobre privacidad realizado en 2009 por la Universidad de Cambridge, Badoo obtuvo la peor puntuación de las 45 redes sociales analizadas.

Para intentar menguar estas carencias, se recomienda configurar las opciones de privacidad desde Configuración > Privacidad > editar. Desde aquí, podemos establecer quién puede ver nuestro perfil o puede contactarnos, aunque en esta red no existe la posibilidad de discernir entre amigos o no amigos, sino que todos son miembros y, por tanto, tienen acceso por defecto a nuestro perfil.

HI5

Una de las más grandes redes sociales en América Latina es **Hi5**, que también cuenta con una notable presencia en España. A principios de 2010, Hi5 comenzó a evolucionar hacia un sitio centrado en juegos sociales, por lo que, como Tuenti, está enfocada a usuarios particularmente jóvenes.

Las opciones de privacidad de Hi5 son muy similares a las de Tuenti, y se encuentran en *Cuenta > Administración* de la privacidad.

Esta red tiene dos niveles de criba para permitir o denegar el acceso a nuestro perfil: *amigos* o *no amigos*.

Por tanto, al igual que en Tuenti, será necesario mantener un cuidado especial con quién

elegimos para formar parte de nuestra lista de amigos, y qué queremos mostrar de nosotros mismos a los miembros de esta red.

REDES SOCIALES ORIENTADAS

MYSPACE

es un sitio web de interacción social muy extendido en Estados Unidos. Entre sus posibilidades, esta red social ofrece perfiles especiales para músicos, aunque sus usuarios también pueden usarla para comunicarse con amigos o familiares, conocer gente, o por motivos de trabajo.

Esta página ha sido útil para miles de grupos musicales, entre los cuales buena parte de ellos ha alcanzado la popularidad a través de esta red. Muchos músicos tienen perfil en MySpace, hasta el punto de que a veces su perfil en esta red es más visitado que la verdadera página oficial.

En cuanto a las opciones de privacidad, éstas se encuentran enmarcadas en *Mis cosas > Cuenta > Configuración de privacidad*. Dada la naturaleza que tiene esta red como escaparate para músicos y artistas, la propia página advierte de que nuestro perfil va a ser siempre público. A pesar de ello, podemos restringir algunas de las opciones para controlar nuestros contenidos.

FLICKR

Es una red social especializada en fotografía que en la actualidad cuenta con más de 50 millones de usuarios registrados. Esta comunidad de fotógrafos profesionales y amateur se rige por normas de comportamiento y condiciones de uso que favorecen la buena gestión de los contenidos.

La popularidad de Flickr se debe fundamentalmente a su capacidad para administrar imágenes mediante herramientas que permiten al autor etiquetar deta-

lles, localizaciones y personas en sus fotografías, y también explorar y comentar las imágenes de otros usuarios.

Al igual que MySpace, este tipo de redes especializadas se usa a modo de portfolio, por lo que las opciones de privacidad están enfocadas de manera distinta a las de las redes genéricas. Desde la sección *Tú > Tu cuenta > Privacidad y permisos*, lo que Flickr permite es básicamente establecer qué licencia de propiedad intelectual se le va a aplicar a nuestras fotos y vídeos, y de qué manera van a poder compartir nuestros trabajos los visitantes.

RECOMENDACIONES PARA EL BUEN USO DE LAS REDES SOCIALES

El acceso a las redes sociales está vetado normalmente a los usuarios menores de 14 años. Si eres menor de esta edad, existen redes como **Kiddia** donde si está permitido, pero es recomendable que lo hagas bajo la supervisión de un adulto.

Es importante tener claro cuál es tu **identidad digital**: cómo quieres figurar en la red, con qué datos, con nombre real o figurado… Tu reputación *online* puede llegar a afectar a la valoración personal que tengan de ti en tu vida real.

Como norma de seguridad, **no debes compartir la contraseña ni dejar sesiones abiertas** en ninguna página cuando hagas uso de ordenadores compartidos o de acceso público.

Conviene tener claro en qué **tipo de red social** se quieres participar: general, especializada, laboral… En ocasiones, estar registrados en muchas redes a la vez nos impide tener controlados nuestros perfiles de forma adecuada, y fomenta la dispersión de la atención.

Antes de nada, **lee las condiciones de aviso legal y política de privacidad**, o pídele a un adulto que te las explique. Algunas redes tienen cláusulas abusivas que pueden llevar incluso a la pérdida o cesión de los derechos de autor de nuestros contenidos.

Las redes ofrecen distintas opciones para **configurar la privacidad**: a veces por defecto aparece la máxima apertura, es decir, cualquier otro miembro de la red puede

acceder a tus datos; otras veces, esos datos quedan reservados a tus contactos… Configura tu perfil con la protección que desees. Infórmate de qué control vas a tener sobre tus datos e informaciones.

Conviene **admitir como amigo sólo a gente que conozcas**. Si quieres contactar con algún desconocido cuyas publicaciones te interesen, cerciórate de ajustar a qué contenidos tuyos va a tener acceso esa persona. Y, en la medida de lo posible, asegúrate de que esa persona es quien dice ser.

Antes de publicar algo (fotos, textos, etc.) asegúrate de que eres el autor. Si no es así, **hay que pedir permiso**. Según la licencia que tenga ese contenido, en ocasiones basta con citar su procedencia u autoría, pero otras necesitaremos pagar para poder publicarlo.

Si algún contenido es inconveniente, o de alguna manera algo lesiona los derechos del usuario (información, privacidad, etc.), usa las **herramientas de denuncia** que las redes ponen al alcance de sus usuarios. En caso de que no surta efecto, puedes pedirle a tus padres que tramiten una denuncia a través de asociaciones de consumidores u oficinas municipales de información al consumidor.

Sé precavido con tu información personal. No tiene por qué haber peligro en publicar tu nombre completo, pero evita dar a conocer tu número de DNI, Seguridad Social, teléfono o domicilio. Algunas redes sociales piden en el proceso de registro o validación un número de teléfono, pero no tiene por qué ser obligatorio darlo.

En caso de que creas pertinente hacerlo, asegúrate de bajo qué condiciones lo haces. Sólo si eres adulto y vas a realizar una compra por Internet, asegúrate de que la web utiliza los protocolos de seguridad básicos para proteger los números de las cuentas bancarias o de tarjeta de crédito. En caso de que uses un *nick*, *screen name* o nombre de pantalla, procura no revelar mucha información sobre ti, como por ejemplo, tu edad (si eres menor), domicilio, o número de teléfono. Aunque creas que tu nombre de pantalla te convierte en un ser anónimo, no hace falta ser un genio para combinar algunas claves y descifrar quién eres y dónde puedes ser localizado.

Coloca en línea **solamente la información**

sobre tu persona que desees que sea vista y conocida por otros. Muchas personas pueden ver tu página. Recuerda que una vez que colocas la información en línea, no la puedes quitar. Aunque elimines la información de un sitio web, las antiguas versiones quedan registradas en los ordenadores ajenos. Además, la caché o captura temporal de algunos buscadores permanece almacenada y accesible cierto tiempo tras la eliminación de la información.

Ten mucho cuidado si un nuevo amigo que has conocido en línea desea conocerte personalmente. Antes de tomar esa decisión, investiga un poco. Pregunta a tus amigos si conocen a esa persona y fíjate qué es lo que puedes averiguar sobre ella usando sitios de búsqueda de Internet.

Si cuando estás en línea **te sientes amenazado por alguna persona o si te sientes incómodo** con algo que ves en la red, debes dar parte al sitio web y, si es necesario, a la Policía. Actuando de esta manera tal vez puedas evitar que otra persona se convierta en víctima.

facua

Consumidores en Acción

Oficinas centrales
Bécquer, 28 - 41002 Sevilla
Teléfono del consumidor
954 90 90 90

consumidoresenaccion@facua.org
www.facua.org

Publicación subvencionada por

MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

INC INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO

Este proyecto ha sido subvencionado por el Ministerio de Sanidad, servicios sociales e igualdad/Instituto Nacional del Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de FACUA

Dep. Legal:

creative commons

Publicación impresa en papel ecológico