

CONTENIDO

- ▶ Comportamiento de los Internautas
- ▶ Registro de Información
- ▶ Entrega «voluntaria» de información personal
- ▶ Publicidad basada en el comportamiento en Internet
- ▶ Políticas Públicas y Derecho a la Privacidad
- ▶ Regulación para proteger datos personales
- ▶ Conclusión



Comportamiento de los Internautas

- ▶ La mayoría de internautas conoce muy poco de las configuraciones de sus navegadores.
- ▶ Acepta en general las configuraciones «por defecto»
- ▶ Casi nunca elimina los historiales de navegación
- ▶ Entrega información valiosa y personal sin mayores restricciones
- ▶ No verifica autenticidad de los mensajes
- ▶ Autoriza con facilidad el envío de información sobre temas «de interés».



EJEMPLO DE POLÍTICA DE PRIVACIDAD



Políticas y principios

Descripción general > Política de privacidad

Política de privacidad

Marcos autorregulatorios

Términos clave

Actualizaciones

Política de privacidad

Última modificación: 24 de junio de 2013 ([ver versiones archivadas](#))

Hay muchas maneras diferentes en las que puede utilizar nuestros servicios: para buscar y compartir con otras personas o para crear contenido nuevo. Cuando usted comparte información con nosotros, por ejemplo creando una [cuenta de Google](#), podemos mejorar aún más esos servicios: para mostrarle resultados de búsqueda y anuncios más relevantes, ayudarlo a conectarse con la gente o acelerar y facilitar el compartir información con otras personas. Como usuario de nuestros servicios, queremos que le quede claro como utilizamos su información y las maneras en las que usted puede proteger su privacidad.

En nuestra Política de privacidad se explica:

- qué información recopilamos y por qué la recopilamos.
- cómo usamos esa información.
- las opciones que ofrecemos, incluido el modo de acceder y actualizar la información.

Hemos tratado de mantenerlo de la manera más simple posible, pero si no conoce términos como cookies, direcciones de IP, etiquetas de píxeles y navegadores, primero lea sobre estos [términos clave](#). Su privacidad es importante para Google, de modo que aunque sea nuevo en Google o un usuario de largo tiempo, por favor, tómese un momento para conocer nuestras prácticas y si tiene alguna pregunta [comuníquese con nosotros](#).

Información que recopilamos



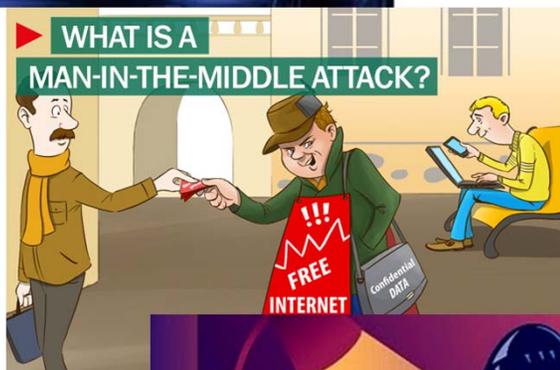
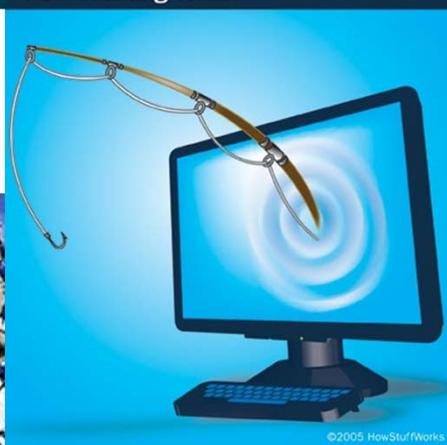
Registro de Información

- ▶ Tecnológicamente el comportamiento de publicidad en Internet se basa en:
 - *Cookies* (archivos informáticos que se almacenan en la máquina para «acelerar las búsquedas»)
 - *Pop ups* (Anuncios o mensajes que capturan la atención e interés del internauta)



Registro de Información

How Phishing Works



Phishing (Pesca de víctimas con engaños de diferente tipo)
Malware (Instalación no controlada por el usuario de sistemas de espionaje o robo de información)

- *Man in the middle* (Interceptación de las comunicaciones y obtención de información)
- Hacking o Cracking (Intrusión por rotura de seguridades o aprovechamiento de vulnerabilidades)
- Redes Sociales



Entrega «voluntaria» de información personal

- ▶ Condicionamiento de Registros de Inscripción y Activación de acceso a programas o sitios
- ▶ Encuestas sobre aficiones, actividades, viajes, preferencias de lectura, música, cine y otros
- ▶ Aceptación «por defecto» de consentimiento o permiso, registrarse para luego recibir anuncios orientados
- ▶ Engaños basados en «ofertas irresistibles» o falta de precaución en la verificación
- ▶ Comportamiento e información importante proporcionados en «redes sociales»



Facilidades para la Recolección de Datos

- ▶ Las nuevas tecnologías de la información están caracterizadas por:
 - La eficacia en la recogida de datos –invisibilidad–,
 - Desventaja del usuario del poder que tiene en relación con el proveedor de servicios; y,
 - Escasa molestia al usuario en la recogida de datos.
- ▶ Como consecuencia las nuevas tecnologías han producido dos nuevas mercancías: los perfiles individuales y los colectivos de los usuarios.



La publicidad basada en Internet

- ▶ "El simple acceso a Internet deja un rastro digital que podrá ser seguido. De hecho, al ser progresivamente mayor el número de actividades que cotidianamente realizamos en la Red, irá aumentando la información que sobre nuestra persona tienen ciertas empresas que operan en Internet"

<http://www.elnotario.es>



SUPERTEL
SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

La publicidad basada en Internet

- ▶ "Los datos de carácter personal, en la actualidad, tienen un extraordinario valor. En este sentido, los perfiles constituidos se compran y se venden a un precio nada desdeñable y, lo peor de todo, se trata de una actividad invasiva de nuestra intimidad, pues, en muchas ocasiones, no habrá resultado, en absoluto, conocida ni, mucho menos, consentida"

<http://www.elnotario.es>



SUPERTEL
SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

Derechos en Ecuador

Constitución de la República del Ecuador

Capítulo sexto

Derechos de libertad

Art. 66.– Se reconoce y garantizará a las personas:

19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley.



Derechos en Ecuador

...Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

21. El derecho a la inviolabilidad y al secreto de la correspondencia física y virtual; ésta no podrá ser retenida, abierta ni examinada, excepto en los casos previstos en la ley, previa intervención judicial y con la obligación de guardar el secreto de los asuntos ajenos al hecho que motive su examen. Este derecho protege cualquier otro tipo o forma de comunicación.



Política de seguridad en la publicidad

- ▶ Necesidad de Expedir una Ley de Protección de Datos Personales
- ▶ Como política gubernamental debe considerarse que la publicidad en Internet sea "*opt-in*" (principio en que los consumidores primero deben dar su consentimiento o permiso, registrarse para luego recibir anuncios orientados)
- ▶ Como política pública se debe educar a los a los usuarios de internet para evitar ser rastreados por los anunciantes.



Definición de Política de Privacidad

- ▶ Es el derecho de un sujeto a controlar la acumulación, uso y divulgación de su información personal que es retenida por otro.*
- ▶ Dos objetivos tiene el concepto de privacidad: transparencia y rectitud.
 - Cuando una organización reúne información sobre un sujeto, ellos deben hacer conocer qué información es reunida y cómo será usada.
 - La información sólo será usada con el propósito por el cual fue reunida; si una organización desea usar la información con un propósito adicional está obligada a obtener el permiso explícito del individuo involucrado.

*[Según Electronic, 2000]

Intromisión a la Privacidad

- ▶ Cuando un usuario de Internet está en línea sus preocupaciones deberían ser:
 - Que se pueda rastrear secretamente su navegación en la Web;
 - Que la información personal y direcciones de e-mail sean capturados y usados para el comercio u otros propósitos sin su consentimiento;
 - Que la información recogida sea vendida a terceras partes sin consentimiento; y,
 - Que pueda suplantarse su identidad y ser objeto de robo en las tarjetas de crédito, cuentas bancarias u otros documentos.



Más allá de la Privacidad Personal

- ▶ Cuando un usuario de Internet es un servidor público hay otras:
 - La información que transmite o recibe está siendo observada por alguien más?;
 - Qué destino se da a la información que ha sido obtenida por medios no autorizados o ilícitos?;
 - Se ha producido manipulación de la información enviada o recibida, de modo que se la haya distorsionado?; y,
 - Hay sistemas de codificación y decodificación (cifrados) suficientemente seguros que puedan ser utilizados?



A manera de conclusión

- ▶ Las nuevas tecnologías implican, se adopten medidas de carácter normativo por parte de los Estados, para garantizar la privacidad de los datos de carácter personal; a más de la iniciativa de la autorregulación de la industria.
- ▶ La compilación, recogimiento y almacenamiento de la información, debe contar con el consentimiento previo.
- ▶ Se debe proteger al eslabón más débil de la cadena que es el usuario.
- ▶ Se debe generar redes de confianza para protección de datos

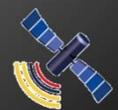


MUCHAS GRACIAS



WWW.SUPERTEL.GOB.EC

Imágenes tomadas de Internet



SUPERTEL
SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES