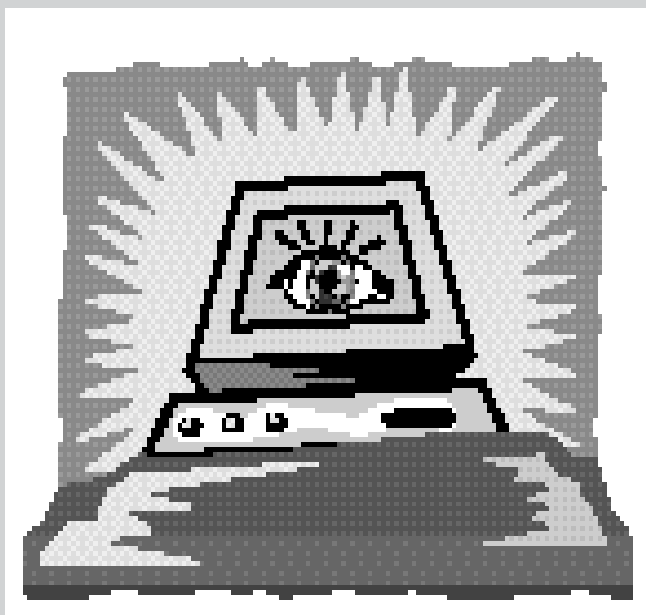


¡Déjeme en paz!



Su privacidad
dentro y fuera del Internet

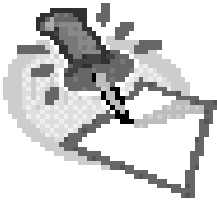


Privacy Information

A Consumer Action Project

Diez formas para proteger su privacidad

- Pague el cargo adicional para que su número de teléfono no figure en el directorio. Registre el teléfono de su casa y el móvil con National Do Not Call Registry (www.donotcall.gov).



- Obtenga copias gratuitas de su informe de crédito todos los años en www.annualcreditreport.com. Revise si contiene errores o señales de robo de identidad.
- Revise los cookies (página 6) o utilice un sitio seguro de reenvío anónimo de correo electrónico cuando explore el Internet (página 7).
- Lea las políticas sobre privacidad de los sitios Web antes de establecer una relación comercial o llenar formularios, especialmente si le piden información personal.
- Opte por no participar en las campañas de correo directo, listas de telemarketing y servicios de correo a granel de los miembros de la Asociación de Mercadeo Directo (página 11).
- Llame a 888-5-OPTOUT (888-567-8688) para retirar su nombre de los programas de preselección de agencias de informes de crédito y no recibir más ofertas de crédito y seguro preseleccionadas.
- Rompa o triture los documentos que contengan su nombre, dirección, número de Seguro Social o de cuentas de banco o tarjetas de crédito antes de echarlos a la basura. En casa y en la oficina guarde su información personal bajo llave.
- Cuando utilice un teléfono móvil o público, o su computadora portátil en lugares públicos, esté consciente de quienes pueden escuchar o ver información confidencial.
- Cuando viaje, no ponga su dirección de su casa en la valija; sólo su número de teléfono.
- Use contraseñas eficaces que no se puedan adivinar con facilidad para proteger sus cuentas financieras y registros telefónicos; utilice letras, números y símbolos al azar.

¿Qué es la privacidad?

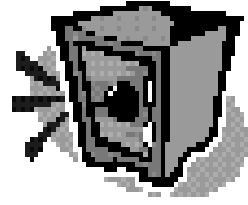
El derecho legal a la privacidad ha sido reconocido en los Estados Unidos desde fines de la década de 1890 aunque sus raíces datan de mucho antes.

La importancia de la privacidad se describe ampliamente en la Declaración de Derechos, que limita la capacidad del gobierno para interferir con la libertad individual y reconoce nuestro derecho de no ser molestados. Pese a que la Constitución no lo menciona de forma específica, generalmente se acepta

que los residentes de los Estados Unidos tienen el derecho de no ser molestados y de no ser víctimas de escrutinio público indeseable.

La primera enmienda protege la libertad del individuo para hablar, pensar, reunirse, organizarse, rendir culto, y demandar sin interferencia gubernamental o privada. La cuarta enmienda limita la intrusión del gobierno en nuestras “personas, casas, documentos y efectos” y la

quinta enmienda protege contra la autoincriminación e impide que el gobierno nos obligue a revelar información privada.



A partir del 11 de setiembre de 2001, se han suscitado muchas inquietudes serias sobre el equilibrio entre la privacidad personal, las libertades civiles y la seguridad de la nación. En la edad del Internet, también existen

dudas sobre el impacto que tienen la mercadotecnia y las ventas en nuestra privacidad. Con la ayuda de computadoras e Internet, las compañías de mercadotecnia de la actualidad recolectan información en una variedad de fuentes con una velocidad y eficiencia que no eran posibles hasta hace una década.

Algunas empresas le dan mucha importancia a la privacidad, y no venden ni comparten nombres, direcciones ni información de las cuentas de sus clientes. Pero pertenecen a la minoría. En la actualidad, la información es la

divisa de compra y venta en el mercado público, y podría incluir información sobre usted y su familia, su empleo, su dinero, su salud y sus pasatiempos. Con frecuencia, las empresas consideran de su propiedad la información que acumulan a través de ventas y otras operaciones. La información acumulada sobre usted generalmente termina en bases de datos utilizadas para la mercadotecnia, y podría resultar en un sin fin de ofertas por correo, telemarketing, vía fax y correo electrónico. Ciertas compañías de buena reputación le permiten retirar su nombre de las listas de marketing, pero usted debe tomar la iniciativa con cada una de las empresas.

¿Qué tiene de malo que acumulen información sobre mí?

Mucha gente se opone por principios a que se acumule información sobre ellos; aunque nunca sea utilizada. Se preguntan por qué se les permite a las empresas acumular y vender información sobre lo que compran o sus pasatiempos, especialmente si ellos no lo desean.

Es posible que a usted no le importe recibir ofertas de tarjetas de crédito por correo, o que le ofrezcan viajes por teléfono o fax. Sin embargo, a muchos les molesta que los vendedores los llamen a la hora de la cena, les llenen sus buzones con publicidad o les envíen propagandas masivas no solicitadas por correo electrónico (“spam”). Si los telemarketers lo molestan, la ley le otorga el derecho de pedirles que dejen de llamarlo y que retiren su nombre de las listas.

No es así en el caso de actividades fraudulentas o delincuentes. Una persona sin escrúpulos puede obtener acceso a su información en las bases de datos y los expedientes de las empresas y usarla para estafarlo. Un delincuente puede usar su información personal de muchas formas inapropiadas. El robo de identidad es un crimen que continúa en aumento. Con sus datos principales, como su nombre, dirección y número de Seguro Social, un impostor podría establecer crédito a nombre suyo y pagar mercaderías y servicios; y lo deja a usted con el trabajo de desenredar la maraña. Los ladrones crean operaciones de tarjetas de crédito sin autorización y cheques falsificados para robarle a la víctima su dinero en el banco. Hay empleados que se llevan expedientes de las compañías y se los venden a delincuentes. Su

información personal hasta puede ayudar al ladrón a enterarse cuándo usted sale de su casa para poder entrar a robarle. Teniendo acceso a números de teléfono o de tarjetas de crédito, empresas sin escrúpulos podrían ingresar cobros fraudulentos en sus cuentas.

Privacidad en el espacio cibernético

La privacidad y el correo electrónico

La ley reconoce pocos derechos a la privacidad en el correo electrónico que un empleado envía o recibe en su empleo; aunque sea personal. Aunque su empleador no le esté revisando los mensajes, el correo electrónico puede terminar en manos desconocidas muy fácilmente. Siga estos consejos para proteger su privacidad cuando utilice el correo electrónico:

- Tenga cuidado cuando apriete “contestar” (“reply”) ya que puede enviar el mensaje a ciertas personas que usted no tenía intención de que lo recibieran.
- Utilice una contraseña para proteger su cuenta; de esta forma podrá impedir que otras personas (aunque no a su empleador) tengan acceso a su cuenta de correo electrónico. Haga una contraseña efectiva compuesta por letras en mayúscula y minúscula, números y símbolos.
- Cierre el programa de correo electrónico cuando no lo esté usando. Alguien podría leer sus mensajes, o utilizar su cuenta para enviar amenazas.
- Considere usar dos cuentas de correo electrónico. Una para el Internet y la otra para uso personal o de trabajo.
- Opte por no aceptar los mensajes de publicidad electrónica. Cuando la oferta viene de una empresa de confianza, lleva información sobre cómo cancelar la suscripción. Si no fuera así, posiblemente esté tratando con empresas de mercadeo de mala fama. No responda; al hacerlo confirma la validez de su dirección de correo electrónico, y así recibirá más publicidad. Para más información, consulte la sección de Preguntas frecuentes en el sitio Internet de la Coalición Contra el Correo Electrónico no Solicitado (www.cauce.org).

- Existe un fraude por correo electrónico en el cual le envían un mensaje que parece legítimo con el motivo de engañarlo para que usted les mande su información personal y financiera. En el mensaje le piden que “confirme” su información personal como números de cuenta o contraseñas. Las compañías legítimas no solicitan información personal por correo electrónico. Envíe estos mensajes (y otros que le resulten sospechosos) a Federal Trade Comisión en spam@uce.gov y también a la empresa que están intentando suplantar.
- Opte por no aceptar ofertas por correo electrónico cuando compre algo por Internet, o se registre en un sitio Web.
- Utilice programas de criptografía para correo electrónico. Existen productos que pondrán sus mensajes de correo electrónico en código secreto (“codificar”) de manera que no pueden ser leídos por nadie más que el destinatario. El programa de criptografía Pretty Good Privacy (PGP) es gratuito para uso no comercial. Para obtener más información sobre PGP y descargar el programa, visite www.pgpi.org.

Privacidad en el Internet

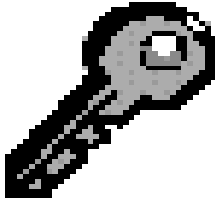
Cuando visita el Internet, lo están vigilando organizaciones interesadas en saber dónde va, cuánto tiempo se queda y si se inscribe o compra algo cuando visita un sitio Internet.

Archivos electrónicos infiltradores

La información del Internet se acumula por pequeños archivos electrónicos llamados “cookies” que los sitios Internet colocan en el disco duro del visitante para que el sitio recuerde cierta información sobre él; sus acciones favoritas, nombre de usuario y contraseña, o el tipo de noticias que prefiere, por ejemplo. Las cookies por sesión se almacenan en la memoria y sólo están disponibles mientras usted esté en el sitio Web. Cuando usted sale, se borran del caché.

El cookie identifica a su computadora por su número de Protocolo de Internet (IP). Pero ciertas compañías de mercadeo llamadas “mineros de datos” descubrieron la forma de conectar estos números de identificación con nombres, direcciones y otra información acerca de usted para crear listas de mercadeo.

Ciertas compañías de publicidad dirigida según el comportamiento le siguen los pasos al usuario usando cookies persistentes almacenados en su disco duro. En Network Advertising Initiative (NAI) se le permite optar por no participar en la publicidad de sus redes miembros. (Aunque no todas las firmas de publicidad pertenecen a NAI.) Visite www.networkadvertising.org, donde puede averiguar qué red de publicidad le ha puesto cookies en su disco duro, y luego solicitar que cada red de la que usted no desea recibir publicidad lo retire. Esto lo debe hacer con todas las computadoras que usa.



Usted también puede cancelar los cookies en la sección de ayuda de su programa explorador de Internet, como Internet Explorer, Firefox o Safari, y seguir las instrucciones para desconectar u obstaculizarlos. Sin embargo, al desconectar estos archivos los sitios Web personalizados con los que está registrado ya no lo reconocerán y le podría resultar difícil obtener acceso a algunos sitios.

Oculte su identidad

Los programas que permiten el anonimato, llamados “correo anónimo de seguridad”, le permiten obtener acceso a cualquier otro sitio Internet a través de sí mismos, interviniendo así una memoria intermedia entre su computadora y el Internet. Estos servicios por lo general ofrecen una variedad de tarifas mensuales y anuales y entre otros, están Anonymizer (www.anonymizer.com), Ultimate Anonymity (www.ultimate-anonymity.com) y FindNot (www.findnot.com).

Lea la letra pequeña

Los sitios de Internet seguros publican su política sobre privacidad en un lugar prominente y la mayoría de las conexiones a la misma se encuentran en la página principal (a veces en la parte inferior de la misma página) o en la sección dedicada a la información sobre el sitio. Si va a tener tratos con el sitio, o aunque sólo sea para registrarse y obtener información gratis, lea la política sobre privacidad. Allí se debe explicar cómo se utilizará la información que usted proporcione y si

hay forma de no participar en los programas de mercadeo. La falta de una política sobre privacidad podría ser una señal sobre la forma en que el sitio considera los derechos de sus visitantes. Sin embargo, algunos sitios que publican sus políticas de forma prominente no hacen más que informarle al visitante que su información será utilizada para mercadeo sin ofrecer la forma de no participar.

Visto bueno

El visto bueno electrónico como Trust-E (www.truste.org), Verisign (www.verisign.com) y BBB Online (www.bbbonline.org) ayudan al consumidor a analizar los sitios Internet. (El solo hecho que un sitio lleve este símbolo no significa que le ofrecerá el nivel de privacidad que desea.). Los vistos buenos electrónicos no deben ser aceptados sin más investigación ya que pueden falsificarse. Se puede comprobar la validez del sello conectando con el símbolo y comparando la dirección del sitio que está visitando al que se indica en el informe de verificación.

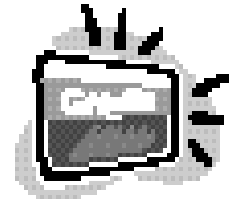
Cerrado con llave

Cuando realiza operaciones bancarias o compra artículos por Internet, verifique que el explorador (Internet Explorer, Firefox, Safari, etc.) esté en modalidad asegurada mirando la barra de dirección. Si así fuera, la dirección del sitio Web debe comenzar con “https” (con s) e lugar de “http”. En ciertos exploradores habrá una pequeña cerradura o llave si fuera seguro. La mayoría de los bancos y sitios que manejan operaciones financieras y ventas por tarjetas de crédito publican en el sitio sus requisitos de seguridad. A menos que su computadora y explorador cumplan mínimos requisitos de seguridad, no podrá comprar o realizar operaciones bancarias en ciertos sitios. Por lo general, se puede descargar gratis en el Internet un explorador más actualizado.



Protección plástica

Utilice una tarjeta de crédito en lugar de una de débito cuando compre electrónicamente. Cuando utilice una tarjeta de crédito, será responsable por un máximo de \$50 por fraude o uso no autorizado. Según la ley, la responsabilidad por fraude de una tarjeta de débito puede ser mucho mayor, y en ciertas circunstancias podría ser ilimitada.



Las tarjetas de débito con el logotipo de Visa o MasterCard cuentan con el respaldo de la promesa voluntaria de dichas empresas de protección para el consumidor contra fraudes. Pero el acceso no autorizado a una tarjeta de débito podría vaciar su cuenta de cheques y cualquier otra cuenta conectada a la misma y usted posiblemente deba esperar una semana o más para que se le reembolse el dinero.

Cómo proteger su privacidad

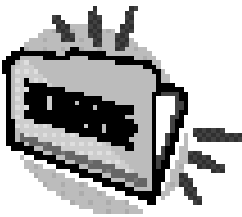
Cómo restringir cierta información que se recolecta sobre usted

Existen muchas formas de limitar o controlar algo de la información que se recolecta sobre usted, pero probablemente sea imposible mantener todo en secreto. Para proteger su privacidad en la sociedad actual, tendrá que ser precavido y positivo en sus operaciones comerciales diarias.

Es necesario que le proporcione su número de Seguro Social a ciertos organismos gubernamentales, incluyendo autoridades impositivas, la Administración del Seguro Social y Medicare. Se requiere que las instituciones financieras obtengan el número de Seguro Social de cada cliente, pero muchos comercios utilizan este número para identificar al cliente cuando en realidad no es necesario. Siempre que se le solicite su número de Seguro Social pregunte para qué lo van a utilizar y si realmente lo necesitan. A veces puede substituirse otro número o un código secreto.

Antes de efectuar operaciones con una empresa, averigüe su política sobre vender o compartir información acerca del cliente y si puede o no excluirse. Solicite una explicación completa sobre la política de la empresa; si el empleado no la conoce, pida hablar con el supervisor. Una vez que la empresa haya vendido la información sobre usted y sus operaciones a las empresas de mercadeo, posiblemente sea demasiado tarde para retirar su nombre de sus listas.

Las empresas de mercadeo también acopian información de las tarjetas de registro de garantía, averiguaciones sobre productos, formularios de inscripción y encuestas electrónicas. No llene cuestionarios ni formularios de concursos o lotería. Para conservar la garantía de un producto, no envíe la tarjeta de registro; guarde el recibo de compra con la garantía y los números de



producto de la caja. Así tendrá la información necesaria para comprobar que el producto sigue en garantía.

Las tres agencias principales de informes de crédito, Equifax, Experian y Trans Union, le permiten optar porque su informe de crédito no se utilice para enviarle tarjetas de crédito preseleccionadas llamando al 888-5-OPTOUT (888-567-8688). De esta forma disminuye la cantidad de correo publicitario y llamadas de telemercadeo que recibe de las empresas de tarjetas de crédito y otros prestamistas.

Otra manera de retirar su nombre de algunas listas es escribiendo a la Asociación de Mercadeo Directo (DMA) para borrarse de las listas para mercadeo directo, por correo electrónico y/u ofertas de ventas. De esta forma impide también que empresas miembro vendan su nombre a terceros. Para más información, visite DMA Choice (www.dmachoice.org).

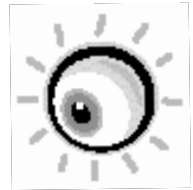
- Para detener cierto correo no deseado, envíe su nombre y dirección a DMA Mail Preference Service, P.O. Box 9008, Farmingdale, NY 11735, o regístrese en Internet en www.dmachoice.org.
- Para retirar su dirección de correo electrónico de las listas de mercadeo de los miembros de DMA, visite su sitio Internet especialmente diseñado para este propósito (www.e-mps.org)
- Para detener llamadas de telemercaderes, ponga sus teléfonos (de línea fija y móvil) en los registros National Do Not Call Registry (www.donotcall.gov). Usted puede presentar una demanda en el tribunal de reclamos pequeños contra los telemercaderes si lo llaman antes de las 8 AM o después de las 9 P.M. o después que haya solicitado figurar en sus listas para no recibir llamados. Por cada infracción, puede presentar una demanda de \$500. Para obtener más información, puede comprar la guía de Private Citizen, "So You Want to Sue a Telemarketer" (<http://privatecitizen.com>; 800-CUT-JUNK).



La ley requiere que las ofertas de ventas no solicitadas enviadas por fax lleven un número de teléfono sin cargo para llamar si desea que no se incluya su nombre en transmisiones futuras.

Si le preocupa que su nombre figure en el directorio telefónico, por un pequeño cargo, su compañía de teléfonos retirará su nombre. En el Internet, revise directorios como Anywho.com, Switchboard.com, Whitepages.com, ReversePhoneDirectory.com, Phonenumber.com y Smartpages.com y las conexiones para localizar gente en sitios de búsqueda como Google.com y Yahoo.com. (Si tiene un número que no figura en el directorio telefónico, no va a aparecer allí tampoco.) Muchos sitios le permiten remover su nombre. Verifique la política sobre privacidad o sección de ayuda. Retirar su nombre de un sitio como Google no retira su información personal de otros sitios Web.

La ley permite que las instituciones financieras compartan información sobre usted con comercios de los que son propietarios total o parcialmente, con organismos gubernamentales y otras empresas que proporcionan servicios como preparación y envío de facturas mensuales. Usted tiene el derecho de solicitar que las instituciones financieras no compartan información acerca de usted sólo con propósitos de mercadeo. De la misma forma lo puede solicitar también a otras empresas con las que tiene tratos, pero no hay garantía que cumplirán su pedido a menos que sean miembros de la asociación de mercadeo directo (Direct Marketing Association).



La ley federal otorga a las agencias de informes de crédito el derecho de mantener un expediente informativo de su historial de crédito. Sólo las empresas a quienes usted les ha otorgado permiso, o que tienen alguna finalidad permitida, generalmente compañías de crédito, empleo o seguros, pueden obtener acceso a su expediente de crédito.

Los organismos gubernamentales y policiales legalmente pueden mantener un expediente con información acerca de usted. En ciertos casos, esta información es pública, por lo que las empresas de mercadeo tienen acceso a la misma. Con una citatoria u orden judicial, los organismos policiales pueden obtener una orden de allanamiento para revisar su persona, hogar, oficina o automóvil. En algunos casos, lo único que necesita un organismo policial es “motivo fundado”; a menudo es solo una creencia subjetiva o una corazonada de un agente de policía, para llevar a cabo un allanamiento.

¿Debe limitar la información acerca de usted?

Usted decide si compra o no algo por Internet, si desconecta expedientes “cookies” y no participa en programas de mercadeo. Los comerciantes y las empresas de mercadeo con frecuencia señalan las desventajas de no participar: se perderá buenas ofertas, regalos, ventas especiales y ofertas de interés personal. Hay personas que disfrutan ojeando los catálogos que llegan por correo; a otras les molestan; y otras señalan que representan un desperdicio total de papel. (Catalog Choice, www.catalogchoice.org, es un servicio nuevo para ayudarlo a optar por no participar.)

Aún si se propone optar por no participar en todo programa de mercadeo posible, solicitar a cada revista a la que subscribe que no venda su nombre y visitar el Internet a través de un programa de anonimato, es posible que no pueda contra la marea de tecnología informativa. Cada vez que utiliza su tarjeta de crédito o paga sus impuestos a la propiedad, otro trozo de información sobre usted se agrega a una base de datos en alguna parte, y bajo la ley actual, usted no puede hacer nada para impedirlo.

Información y asistencia

Organismos del gobierno

La Comisión Federal de Comercio – Federal Trade Commission (www.ftc.gov) tiene la responsabilidad de aplicar la Ley de Justicia en Informes de Crédito, que otorga al consumidor ciertas protecciones de privacidad limitando el acceso a los informes de crédito. En cumplimiento de su misión de proteger al consumidor del mercadeo engañoso, supervisa las prácticas de recolección de datos en el Internet. También proporciona asistencia a las víctimas del robo de identidad. (www.ftc.gov; (877) FTC-HELP).

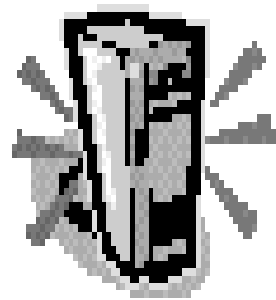
Organizaciones en defensa del consumidor

La mayoría de estas organizaciones prefieren ofrecer información al consumidor por el Internet. Si no tiene acceso al Internet, su biblioteca local posiblemente lo ofrece.

American Civil Liberties Union (www.aclu.org). Ofrece una gran cantidad de información sobre privacidad con relación a las “libertades cibernéticas”, derechos en el empleo, recopilación de datos, e intervención de teléfonos.

Center for Democracy & Technology (www.cdt.org). Obra para promover valores democráticos y libertades constitucionales en la era electrónica. Su sitio Internet (<http://opt-out.cdt.org/>) ayuda a optar por no permitir que se comparta y se venda información acerca de usted ayudándolo a preparar y enviar solicitudes por escrito con sus datos personales.

Consumer Action (www.consumer-action.org) Proporciona consejos y recomendaciones no legales sobre problemas del consumidor. Deje un recado al (415) 777-9635 ó (213) 624-8327; contestador de teletipo: (415) 777-9456. Se hablan chino, inglés y español. Si desea recibir consejos y remisiones por correo electrónico, escriba a: hotline@consumer-action.org.



Electronic Frontier Foundation (www.eff.org/). Se dedica a mejorar la información que el público tiene sobre temas relacionados a la libertad civil, incluso la privacidad, derivados de los medios de comunicación computarizados.

Electronic Privacy Information Center (www.epic.org). Mantiene una extensa lista de recursos sobre la privacidad; entre otros, leyes estatales al respecto, orientación a recursos dentro y fuera del Internet, consejos para explorar el Internet en el anonimato y para utilizar programas de criptografía y repetidoras de envío anónimas.

Junkbusters (www.junkbusters.com). Promueve educación para el consumidor y métodos “para librar al mundo de comunicaciones molestas”.

Privacy Rights Clearinghouse. (www.privacyrights.org). Se esfuerza por aumentar la información que tiene el consumidor sobre cómo la tecnología afecta la privacidad, ofrece consejos sobre protección de la privacidad, responde a quejas específicas del consumidor relacionadas a la privacidad y recomienda, cuando fuera apropiado, organizaciones apropiadas para obtener más asistencia.

National Fraud Information Center (www.fraud.org) Consejos y remisiones sobre fraudes y muchas formas de fraude de National Consumers League (NCL).

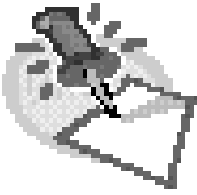
Alianzas industriales

Better Business Bureau (www.bbb.org). Oficinas locales de Better Business Bureau proporcionan informes para el consumidor sobre organizaciones comerciales y benéficas, resuelven disputas del consumidor y promueven normas voluntarias sobre ética y autorregulación de los comercios miembros.

Direct Marketing Association (www.the-dma.org). Asociación comercial para empresas de mercadeo con bases de datos, que permite exhibir su logotipo únicamente si las empresas cumplen los deseos del cliente de ser retirados de los programas de mercadeo por servicio preferido de correo, teléfono y correo electrónico.

TRUST-E (www.truste.org). Los sitios Web con permiso para exhibir el sello TRUSTe deben contar con una política sobre privacidad que reúna los requisitos TRUSTe y estar de acuerdo en decidir disputas con usuarios utilizando su proceso alternativo de resolución de disputas.

VeriSign SecureSite. (www.verisign.com). El usuario puede oprimir el sello para verificar el sitio Internet antes de enviar información confidencial.



Sobre esta publicación

Esta publicación fue creada por Consumer Action y revisada y actualizada con fondos del Consumer Action's Privacy Information Project.

Esta publicación está disponible en chino, inglés y español. Las organizaciones comunitarias pueden solicitar copias a granel gratuitas. Para más información visite nuestro sitio Web y oprima "Publications", o envíe un correo electrónico a info@consumer-action.org.

© Consumer Action 5/08

Consumer Action

www.consumer-action.org

221 Main St., Suite 480

San Francisco, CA 94105

(415) 777-9635

523 W. Sixth St., Suite 1105

Los Angeles, CA 90014

(213) 624-8327

Correo electrónico: info@consumer-action.org