

**RECOMENDACIONES**  
**A USUARIOS DE INTERNET**

# ÍNDICE

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b><i>Introducción.</i></b>                                   | <b>3</b>  |
| <b>2</b> | <b><i>Estructura del documento.</i></b>                       | <b>4</b>  |
| <b>3</b> | <b><i>Principios de protección de datos.</i></b>              | <b>5</b>  |
| <b>4</b> | <b><i>World Wide Web.</i></b>                                 | <b>5</b>  |
|          | <b>4.1 Descripción del servicio.</b>                          | <b>5</b>  |
|          | <b>4.2 Elaboración de perfiles.</b>                           | <b>6</b>  |
|          | <b>4.3 Disponibilidad global de los datos personales.</b>     | <b>7</b>  |
|          | <b>Recomendaciones</b>  | <b>8</b>  |
| <b>5</b> | <b><i>Correo electrónico</i></b>                              | <b>10</b> |
|          | <b>5.1 Descripción del servicio.</b>                          | <b>10</b> |
|          | <b>5.2 Recopilación de direcciones de correo electrónico.</b> | <b>11</b> |
|          | <b>5.3 Privacidad en las comunicaciones.</b>                  | <b>11</b> |
|          | <b>Recomendaciones</b>  | <b>12</b> |
| <b>6</b> | <b><i>Foros electrónicos.</i></b>                             | <b>13</b> |
|          | <b>6.1 Descripción del servicio.</b>                          | <b>13</b> |
|          | <b>6.2 Identificación del usuario.</b>                        | <b>15</b> |
|          | <b>6.3 Elaboración de Perfiles.</b>                           | <b>15</b> |
|          | <b>Recomendaciones</b>  | <b>16</b> |
| <b>7</b> | <b><i>Comercio electrónico.</i></b>                           | <b>16</b> |
|          | <b>7.1 Descripción del servicio.</b>                          | <b>16</b> |
|          | <b>7.2 Rastro del dinero electrónico.</b>                     | <b>17</b> |
|          | <b>7.3 Seguridad en las transacciones electrónicas.</b>       | <b>17</b> |
|          | <b>7.4 Elaboración de perfiles.</b>                           | <b>18</b> |
|          | <b>7.5 Publicidad.</b>  | <b>19</b> |
|          | <b>7.6 Comercio electrónico móvil.</b>                        | <b>20</b> |
|          | <b>Recomendaciones</b>  | <b>20</b> |
|          | <b><i>Resumen de Recomendaciones</i></b>                      | <b>21</b> |
|          | <b><i>Glosario de términos usados en este documento</i></b>   | <b>25</b> |

## **1 Introducción.**

La Ley Orgánica 5/1992, de 29 de octubre, de regulación del tratamiento automatizado de datos de carácter personal, creó la Agencia de Protección de Datos como órgano independiente encargado de velar por el cumplimiento de la misma. En 1999, con objeto de completar la transposición al ordenamiento jurídico español de la Directiva 95/46/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, se promulgó la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD)<sup>1</sup> con el objeto de “(...) *garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, y especialmente de su honor e intimidad personal y familiar*”. La Agencia de Protección de Datos es el Ente independiente al que se le sigue encomendando supervisar la correcta aplicación de la Ley.

Este cometido implica el seguimiento con especial interés de todas aquellas nuevas manifestaciones tecnológicas que puedan afectar al uso de los datos personales de los ciudadanos y a su derecho fundamental a la protección de los mismos<sup>2</sup>, nítidamente definido por el Tribunal Constitucional en su Sentencia 292/2000 <sup>3</sup>cuando considera que su objeto “(...) *no se reduce sólo a los datos íntimos de la persona, sino a cualquier tipo de dato personal, sea o no íntimo, cuyo conocimiento o empleo por terceros pueda afectar a sus derechos, sean o no fundamentales, porque su objeto no es sólo la intimidad individual, que para ello está la protección que el art. 18.1 de la Constitución Española otorga, sino los datos de carácter personal. Por consiguiente, también alcanza a aquellos datos personales públicos, que por el hecho de serlo, de ser accesibles al conocimiento de cualquiera, no escapan al poder de disposición del afectado porque así lo garantiza su derecho a la protección de datos. También por ello, el que los datos sean de carácter personal no significa que*

---

<sup>1</sup> Tanto el texto completo de la LOPD como el resto de normativa de protección de datos en España se puede encontrar en <https://www.Agenciaprotecciondatos.org/datd.htm>. Además, la Agencia de Protección de Datos proporciona más información y servicios a través de su servidor web <https://www.agenciaprotecciondatos.org/>

<sup>2</sup> En este documento se usarán con significado equivalente los términos protección de datos, intimidad y privacidad.

<sup>3</sup> Disponible en <http://www.tribunalconstitucional.es/STC2000/STC2000-292.htm>

*sólo tengan protección los relativos a la vida privada o íntima de la persona, sino que los datos amparados son todos aquellos que identifiquen o permitan la identificación de la persona, pudiendo servir para la confección de su perfil ideológico, racial, sexual, económico o de cualquier otra índole, o que sirvan para cualquier otra utilidad que en determinadas circunstancias constituya una amenaza para el individuo”.*

Es, pues, este interés el que llevó a la Agencia de Protección de Datos en 1997 a la publicación de la primera versión de las Recomendaciones a usuarios de Internet y el que ha motivado su actualización en esta segunda versión que ahora tienen en sus manos.

La situación que llevó a la realización de las Recomendaciones no ha cambiado: no existe en el ámbito de Internet una regulación legal que proteja la privacidad de los usuarios a escala mundial, pero, sí es factible, aun en este escenario globalizado en el que se desarrollan las actividades de la nueva sociedad virtual, minimizar los riesgos mediante el conocimiento de sus reglas.

En consecuencia, el objetivo fundamental de este documento es concienciar al usuario de Internet de que sus datos personales pueden ser utilizados de forma irregular y de que tiene en sus manos ciertos mecanismos que le pueden ayudar a conseguir que aquellos sean recogidos y tratados de manera leal y transparente.

No obstante lo anterior hay que huir de una presentación alarmista de la utilización de este medio que, aunque puede presentar algunos problemas como veremos a continuación, es también una herramienta increíblemente útil y versátil para un sinfín de actividades.

## **2 Estructura del documento.**

Estas recomendaciones están concebidas para tener un uso práctico e inmediato. Por ello, comienzan con una breve enumeración de los principios de protección de datos, pasando a continuación a describir los principales servicios de Internet, la identificación de los posibles riesgos

para la privacidad que su uso puede ocasionar y las recomendaciones que se proponen a los usuarios.

Al final del documento se incluye un resumen de las recomendaciones y un pequeño glosario en el que se definen los términos técnicos utilizados en el mismo.

### **3 Principios de protección de datos.**

Nuestra Ley de Protección de Datos<sup>4</sup> insta el derecho de los ciudadanos a conocer qué datos personales suyos están contenidos en los ficheros así como el de corregirlos o suprimirlos en determinadas circunstancias y, en particular, cuando sean inexactos o falsos<sup>5</sup>.

Para ello, el responsable del fichero deberá ofrecer información a los ciudadanos respecto a su identidad y dirección así como de la finalidad con la que se recogen los datos y la forma de ejercitar los derechos mencionados en el párrafo anterior.

Por otro lado y con carácter general, los datos personales sólo podrán tratarse con el consentimiento del interesado y para el fin legítimo con el que se recogieron. Este principio del consentimiento rige también para la cesión de datos a terceros.

Estos fundamentos se recogen también en otras normas y directrices del Consejo de Europa, la Unión Europea, la OCDE y la ONU.

## **4 World Wide Web.**

### **4.1 Descripción del servicio.**

El servicio *World Wide Web* (en adelante *WWW*) aun siendo muy complejo en su interior, es de un uso extremadamente simple. De un lado, existen

---

<sup>4</sup> A pesar de la mencionada ausencia de regulación global, este hecho no debe hacernos perder de vista que los tratamientos en Internet de datos personales que se realicen en territorio español están sometidos a la legislación española de protección de datos y, en concreto, a la obligatoriedad de proporcionar la información, respetar el consentimiento y facilitar el ejercicio de los derechos establecidos en la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales.

<sup>5</sup> Los derechos de Consulta al Registro General de Protección de Datos, Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición que aparecen en el Título III de la Ley Orgánica 15/1999.

servidores Web constituidos por información estructurada en forma de documentos denominados páginas, de aspecto similar a las de un libro o enciclopedia. De otro, el usuario utiliza un programa navegador (*browser*) en su ordenador, que le permite visualizar las páginas. Cada página en la red tiene asignada una dirección que es única y exclusiva para ella, y se diseña y define mediante un lenguaje muy versátil denominado *HTML*, que permite introducir en la página texto, imágenes, sonido, vídeo e hipertexto.

El hipertexto consiste en que el documento que recupera el usuario puede contener enlaces a otras páginas en cualquier lugar de la red. Para acceder a ellas, simplemente se selecciona el texto que representa el enlace y, automáticamente, se transmiten desde el *servidor Web* al ordenador del usuario. Esta operación se puede repetir infinidad de veces, pasando de una página a otra sucesivamente, lo que se conoce, en el argot de la red, como navegar. Además de recuperar información, el servicio *WWW* permite el intercambio de datos entre usuarios y servidores Web.

A continuación se examinan los problemas que, desde el punto de vista de la protección de datos, puede presentar este servicio.

## **4.2 Elaboración de perfiles.**

En nuestras visitas a los servidores Web se nos puede solicitar todo tipo de datos personales para hacer uso de cualquier servicio o adquirir cualquier tipo de producto. Estos datos pueden variar desde la simple petición de una dirección de correo electrónico, hasta una completa descripción conteniendo nombre, dirección, ingresos, aficiones, etc.

Debemos ser conscientes de que estos datos pueden ser utilizados para fines diferentes de aquellos para los cuales fueron recabados: confección de publicidad personalizada, rastreo de intereses y aficiones, comercialización de los mismos a terceros, etc.

Además, es posible realizar un seguimiento más detallado de las visitas que hemos realizado a los servidores Web, sin que seamos informados de

ello, por ejemplo, mediante el uso de las llamadas *cookies*<sup>6</sup> o la explotación del *clickstream* mediante herramientas convencionales o de *webmining*.

Un aspecto adicional que hay que tener en cuenta es que la no aceptación de la grabación de una *cookie* en nuestro ordenador puede implicar, en algunos casos, que el prestador del servicio nos prive de la utilización de determinadas funcionalidades del producto o servicio o, incluso, nos deniegue la utilización del mismo.

Una política respetuosa con la privacidad de los usuarios debería informarles de la grabación o colocación de *cookies* en su ordenador, de la posibilidad de desactivar esta posibilidad y de las consecuencias que podrían derivarse de dicha desactivación.

Adicionalmente, en los últimos tiempos han empezado a proliferar una nueva generación de programas conocidos como “*aplicaciones E.T.*”. Estos programas suelen instalarse en el navegador del usuario y con el señuelo de ofrecer mejoras en la navegación (por ejemplo, ofrecer sitios web interesantes relacionados con el que se está visitando, ampliar información sobre el sitio visitado, ofrecer recomendaciones sobre determinados productos o asesoramiento comparativo, etc.) envían cantidades ingentes de datos sobre las páginas visitadas y los hábitos de compra de los usuarios a los propietarios de los derechos de tales programas.

Otras veces, estos programas se instalan subrepticamente, permaneciendo activos incluso cuando ya no está instalado el programa a través del cual entraron en el ordenador del usuario y enviando información sobre, por ejemplo, los anuncios visitados por los afectados, a los autores de la iniciativa.

### **4.3 Disponibilidad global de los datos personales.**

Internet es, por definición, una red global. Ello implica que el usuario, una vez que los datos salen de su ordenador, desconoce la ruta que estos siguen hacia su destino, en qué puntos intermedios se almacenan

---

<sup>6</sup> Todos los términos en cursiva están definidos en el Glosario

temporalmente y quién puede acceder a ellos, copiarlos, modificarlos y utilizarlos para una finalidad diferente de aquella para la cual los dio.

Como ejemplo, baste decir que en una comunicación de datos entre dos ciudades españolas, puede darse el caso de que los mismos viajen a través de uno o varios países extranjeros, con diferentes niveles de garantía (en algunos casos inexistente) respecto al tratamiento de datos personales.

Por lo tanto, en multitud de casos, puede resultar muy difícil asignar responsabilidades de una forma clara entre los diferentes actores que intervienen en la comunicación (*proveedores de acceso, proveedores de contenido, operadores de red, etc.*) ante una violación de los derechos reconocidos en nuestra Ley.

## **Recomendaciones**

- *Sea consciente de qué datos personales suministra o publica en sus páginas personales y a quién se los facilita. Para ello puede resultar de ayuda consultar la información etiquetada como “Quiénes somos”, “Sobre nosotros” o “About us” que aparece en numerosas páginas web. Asimismo, procure proporcionar únicamente aquellos datos personales estrictamente necesarios para la finalidad de que se trate. Haga conscientes de esta recomendación a todos aquellos miembros de su familia que sean usuarios de Internet.*
- *Utilice, siempre que sea posible, las últimas versiones de los programas navegadores, ya que están empezando a incorporar algunas mejoras que posibilitan un mayor control sobre los datos personales que se intercambian entre el servidor y el ordenador del usuario. Considere la posibilidad de configurar dichos elementos de forma que le ofrezcan una mayor protección y no asuma que los valores con los que se instala el producto son los más favorables para proteger su intimidad. Por ejemplo, puede activar en dichos programas las opciones que alerten sobre*

*el intercambio de datos no deseados y, en particular, sobre la utilización de cookies.*

- *Si lo desea, existen en el mercado diversos programas que le ayudan a gestionar las cookies que se instalan en su ordenador y decidir cuáles desea mantener y cuáles no.*
- *Utilice los mecanismos de seguridad legalmente disponibles que tenga a su alcance (servidores Web seguros, criptografía, firma electrónica, etc.) para proteger la confidencialidad e integridad de sus datos en la medida en que le resulte necesario.*
- *Cuando navegue por Internet, sea consciente de que los servidores Web que visita pueden registrar tanto las páginas a las que accede como la frecuencia y los temas o materias por las que busca, aunque no le informen de ello. En el caso de que no desee dejar constancia de sus actividades, utilice herramientas y servidores que preserven su identidad, generalmente proporcionándole un pseudónimo que, en función de las distintas legislaciones y en determinadas circunstancias, podría ser revelado.*
- *Cuando descargue programas de Internet, procure informarse de la manera más fiable posible, de los autores y características de los mismos, rechazando aquellos de los cuales sospeche que puedan llevar a cabo acciones ocultas.*
- *Recuerde que si comparte su ordenador con otras personas, las páginas que ha visitado y los datos a los que se ha accedido son fácilmente accesibles para los demás si no adopta ciertas precauciones. Puede utilizar las opciones de su navegador que le permiten borrar el “Historial” de los lugares visitados y los “Archivos temporales de Internet” en los que se almacenan las páginas accedidas.*

## 5 Correo electrónico

### 5.1 Descripción del servicio.

El correo electrónico (e-mail) o servicio de mensajería interpersonal es el servicio más utilizado de Internet. Permite la creación y transmisión de mensajes entre usuarios de la red sin que se requiera que estén conectados simultáneamente<sup>7</sup>.

En este servicio no está garantizado que los mensajes siempre lleguen a su destino, ni que se informe de este hecho al remitente o que este último sea quien dice ser.

Básicamente, un usuario que quiera utilizar el correo electrónico necesita un programa cliente de correo electrónico (programa instalado en el ordenador personal del usuario), una dirección de correo electrónico (cuenta de correo electrónico) y una conexión a Internet.

Las direcciones de correo electrónico constan de dos partes separadas por el símbolo "@"; por ejemplo: [juan.español@cualquiersitio.es](mailto:juan.español@cualquiersitio.es) o [NC1452@cualquiersitio.com](mailto:NC1452@cualquiersitio.com). La parte derecha identifica el *dominio* en que el usuario tiene la cuenta en un servidor de correo. La parte izquierda describe la identificación única de dicho usuario o código de usuario: es el nombre con el que el servidor de correo electrónico lo identifica. No existe ninguna obligación técnica o legal de que sea el verdadero nombre del usuario, pudiendo consistir en un seudónimo escogido por el titular o un código arbitrario asignado por el servidor de correo en el proceso de registro.

En este apartado, podemos distinguir dos tipos de riesgos referentes a la protección de datos personales. El primero asociado a la recopilación de datos identificativos y la elaboración de perfiles de individuos (*profiling*) y,

---

<sup>7</sup> Dado que se ofrece de manera gratuita por gran número de servidores de Internet y que permite la gestión del correo electrónico desde cualquier ordenador del mundo que tenga conexión a la Red, en los últimos tiempos se está extendiendo cada vez más la utilización del servicio de correo electrónico a través de páginas web, conocido como *webmail*. Su principal ventaja, aparte de la accesibilidad universal, es que aunque cambiemos de proveedor de acceso a Internet podemos seguir manteniendo la misma dirección de correo electrónico. La utilización del *webmail*, al estar basada en el servicio *WorldWideWeb*, añade los riesgos propios de este servicio a aquellos

el segundo, relativo a la preservación de la privacidad en las comunicaciones.

## **5.2 Recopilación de direcciones de correo electrónico.**

Hay que tener en cuenta que la dirección de correo es la forma más común de registrar la “identidad” de una persona en Internet y suele servir de base para la acumulación de información en torno a la misma. En muchas ocasiones contiene información acerca de la persona como el apellido, la empresa donde trabaja o el país de residencia. Esta dirección se utiliza en múltiples lugares de la red y puede ser conseguida fácilmente sin nuestro conocimiento (código incluido en los programas para transmitir la dirección de correo electrónico del cliente sin que éste se entere, fallos de seguridad de algunos navegadores que permiten a un sitio web conocer las direcciones de correo electrónico de sus visitantes, obtención de direcciones en espacios públicos en Internet, etc.). En este sentido, La inclusión de datos en *directorios* de personas (por ejemplo, del tipo X.500), sin las adecuadas medidas de seguridad, supone exponerse a que los datos proporcionados puedan ser recopilados sin conocimiento del afectado y utilizados para otros fines.

## **5.3 Privacidad en las comunicaciones.**

Hay que considerar que todos los servicios aquí tratados no facilitan, actualmente y de forma generalizada, el establecimiento de la identidad (*autenticación*) de emisor y receptor. Tampoco se utilizan habitualmente mecanismos que garanticen la *confidencialidad* en el intercambio de la información. Por estos motivos, deben considerarse los riesgos de suplantación de la personalidad o violación del secreto de las comunicaciones.

---

asociados a la recopilación de direcciones y falta de confidencialidad de los mensajes que se describen a continuación.

## **Recomendaciones**

- *Elija, siempre que ello le resulte posible, un código de usuario de correo electrónico que no revele aspectos de su personalidad. Un conjunto de letras mayúsculas y minúsculas, cifras y símbolos no estructurado puede ser una buena elección.*
- *Para acceder a su cuenta de correo electrónico, además de facilitar su código de usuario suele necesitarse introducir una contraseña. Elija una contraseña que no sea una palabra de los idiomas más utilizados (de nuevo, una combinación aleatoria de letras mayúsculas y minúsculas, números y símbolos es una buena elección) y cámbiela periódicamente. No utilice la opción de “Guardar contraseña” que en ocasiones se le ofrece para evitar reintroducirla en cada conexión.*
- *Si no quiere hacer pública su dirección de correo electrónico, configure su navegador para que no se la facilite a los servidores Web a los que accede.*
- *El correo electrónico en Internet no es seguro. Los mensajes de correo y de los foros de discusión pueden ser interceptados y falsificados. La personalidad del remitente puede ser suplantada. Existen en la red, en ocasiones de forma gratuita, esquemas de cifrado que permiten un intercambio de información confidencial y mecanismos relativamente fiables de autenticación en correo electrónico (PGP, normas PEM, etc.). Estos mecanismos pueden ser utilizados para dificultar grandemente los ataques a la confidencialidad e integridad de los mensajes y la suplantación de la personalidad.*
- *Conviene tener en cuenta, antes de proporcionarlos, que tanto nuestra dirección de correo electrónico como el resto de datos (nombre y apellidos, intereses, aficiones, etc.) que se dan para su inclusión en un directorio o lista de distribución, son susceptibles de ser recogidos y utilizados sin nuestro conocimiento para fines diferentes de aquellos para los que fueron suministrados.*

- *Asimismo, recuerde que, al menos en los países de la Unión Europea, Ud. puede solicitar que sus datos personales sean excluidos de las guías de servicios de telecomunicaciones disponibles al público que incluyan direcciones de correo electrónico así como que dichos datos personales no sean utilizados con fines de venta directa. De la misma forma, sólo podrán incluirse en las misma aquellos datos indispensables para su identificación, siendo necesario su consentimiento para la inclusión de datos adicionales.*
- *Sea consciente de que cuando envía mensajes de correo a una variedad de destinatarios, está revelando las direcciones de correo electrónico de los mismos que figuran en los campos “Destinatario” o “Con Copia (CC)” a todos los receptores del mensaje. Para evitarlo, puede incluir los destinatarios del mensaje en el campo “Con Copia Oculta (CCO)” de tal forma que ninguno de los receptores podrá acceder a la dirección de correo electrónico del resto de los destinatarios.*

## **6 Foros electrónicos.**

### **6.1 Descripción del servicio.**

**Listas de distribución** (*Mailing lists*). Es un servicio que se basa en el de correo electrónico, formando grupos de personas con intereses comunes sobre temas específicos, que intercambian información respecto a los mismos a través de sus direcciones de correo. Cualquier mensaje enviado a la lista se distribuye automáticamente a todos los miembros del mismo e incluso, a veces, podría hacerse público a terceros.

**Grupos de noticias** (*Newsgroups, Netnews, News o Usenet*). Es un sistema de distribución global que permite crear foros de discusión sobre temas de interés. Se ordena mediante bloques temáticos organizados jerárquicamente como: comp (informática), soc (temas de interés social), biz (temas de negocios), alt (grupos alternativos) y otros de ámbito geográfico o sectorial. Hay diferentes programas para acceder a estos grupos de discusión, aunque tienden a incluirse en los navegadores

principales. En ocasiones se puede acceder a ellos a través del correo electrónico, convirtiéndose prácticamente en Listas de Distribución.

**Conversación o charla electrónica** (*Chatting*). Se trata de un servicio que permite la conversación simultánea entre varios usuarios a través de la red. Funciona mediante la conexión a un servidor en el que se elegirá un grupo de conversación o canal. Cada participante se da a conocer a los demás a través de un seudónimo o *nickname*. Si el programa de conversación está preparado para ello, se pueden utilizar, además del intercambio escrito, servicios de conversación oral y videoconferencia.

Existen tres tipos principales de charla en Internet: la charla interactiva Internet (*IRC*), la charla de página web y la charla *ICQ* ("I seek you" – te busco).

La primera (*IRC*) es el modo original de charla electrónica. Utiliza un protocolo que permite a los usuarios comunicarse en tiempo real, ya sea públicamente, en un foro con un número indeterminado de personas, o en privado, con un único interlocutor. Al igual que en los grupos de noticias, las salas de charla varían según los temas, pero se diferencian de éstos en que los canales se cancelan una vez concluido el debate.

La charla de página web permite comunicarse sin necesidad de un programa separado: la única herramienta que se necesita es un navegador de Internet moderno. Aunque la charla de página web resulta muy sencilla de utilizar, sus capacidades son limitadas, pues sólo permite intercambiar texto y no es posible personalizar los elementos de la *interfaz* de charla.

La charla *ICQ* es una herramienta que avisa al usuario de las conexiones y desconexiones a Internet de un conjunto de personas que él ha incluido en una lista de contactos personales. Además, *ICQ* le permite contactar e intercambiar mensajes con ellas mientras sigue navegando por la Red. Para ello, es necesario que todos los participantes estén utilizando *ICQ*. Se pueden dar instrucciones al programa para que señale al usuario como invisible, ausente o no disponible.

## **6.2 Identificación del usuario.**

Independientemente de la utilización de *nicknames* durante la charla o conversación, la mayoría de los servidores de conversación electrónica requieren con carácter obligatorio el registro previo de los participantes. En dicho proceso de registro se solicita una serie de datos de carácter personal (más o menos detallados dependiendo de cada servidor o foro específico).

La razón fundamental de esta identificación es la salvaguardia de la posible responsabilidad legal del proveedor del servicio ante la distribución de contenidos ilícitos u opiniones que pudieran conllevar responsabilidades legales en determinados países y circunstancias (calumnias, difamación, difusión de mensajes incitando a la violencia o al odio racial, etc.). De esta manera, si se produjera una situación de este tipo, el proveedor del servicio, una vez se hubieran satisfecho los requisitos legales para ello (por ejemplo, en ciertos casos, la existencia de un mandamiento judicial) podría identificar a la persona autora de los hechos. Además, si la información intercambiada durante la conversación electrónica, ya fuera en forma de texto, voz o imagen, fue grabada y almacenada por el servidor, también se podría acceder a la misma. En determinadas circunstancias, lo anterior sigue siendo cierto incluso si se utiliza un pseudónimo.

En el caso de las listas de distribución y grupos de noticias, la identificación se realiza fundamentalmente a través de la dirección de correo electrónico y de los detalles que sobre sí mismos incluyen los participantes en sus mensajes.

## **6.3 Elaboración de Perfiles.**

El aspecto más preocupante de la participación en foros de discusión radica en que pueda servir de base para la confección de perfiles personales (temas de interés, inclinaciones políticas, orientaciones sexuales, etc.) a partir de nuestra pertenencia a listas de distribución, o basándose en nuestra participación en grupos de discusión, corriéndose el riesgo de ser etiquetados por nuestra pertenencia a los mismos.

Además, existen herramientas de búsqueda públicamente disponibles que permiten, por ejemplo, obtener todas las contribuciones de una persona en todos los grupos en los que ha participado a lo largo del tiempo.

## **Recomendaciones**

- *Conviene considerar cuando se participa en foros de discusión o en listas de distribución, que dichas contribuciones son públicas y accesibles durante mucho tiempo, por lo que las opiniones allí vertidas son susceptibles de ser mal interpretadas o mal utilizadas. Para evitar este problema se encuentran disponibles en la red mecanismos que permiten el anonimato en el uso del correo -fundamentalmente los conocidos como re-mailers- y en la participación en foros de discusión.*
- *Además, para los foros de discusión, puede estar disponible la opción de que no se archive el mensaje en los ficheros históricos utilizando el texto X-No-archive:yes en la cabecera del mensaje, lo que limita la disponibilidad pública del mismo.*
- *Si no desea ser identificado en una charla electrónica, cuando configure el programa de servicio correspondiente, deje sin rellenar los campos relativos a los datos reales del usuario, siempre y cuando se le permita dicha opción.*
- *Si desea permanecer sin ser visto por los usuarios de otros canales o cambiar el seudónimo utilizado, puede usar técnicas de invisibilidad, es decir, los comandos que proporcionan opacidad.*

## **7 Comercio electrónico.**

### **7.1 Descripción del servicio.**

A efectos de este documento, entendemos por comercio electrónico todas las transacciones comerciales realizadas a través de Internet en las que intervengan personas físicas.

## **7.2 Rastro del dinero electrónico.**

Sin duda, una de las formas que tiene un individuo de preservar su intimidad en el comercio tradicional, es comprar los bienes o servicios que desee con dinero en efectivo. Esta forma de pago, evita que el vendedor necesite, en modo alguno, conocer la identidad del comprador. En Internet las cosas son distintas. En primer lugar, salvo que adquiramos bienes digitales, susceptibles de ser descargados directamente desde la red (programas de ordenador o música o películas en formato electrónico, por ejemplo), es necesario suministrar un nombre y una dirección de entrega del producto. Además, hoy por hoy, el medio de pago más utilizado son las tarjetas de crédito, por lo que el anonimato en las compras a través de Internet es, en la práctica, muy difícil. Esta información personalizada que suministramos es susceptible de ser utilizada -por el proveedor o por terceros a los que se les ceda, alquile o venda- para fines que nada tienen que ver con la finalización de la transacción comercial.

## **7.3 Seguridad en las transacciones electrónicas.**

Otra de las preocupaciones del usuario de Internet cuando realiza transacciones comerciales no anónimas, es asegurarse de que los datos que suministra en la transacción, por ejemplo, su nombre, dirección, número de tarjeta de crédito, etc., no son capturados en la transmisión por alguien distinto del proveedor con el que quiere realizar la transacción y que, posteriormente, pudiera suplantar su identidad y hacer un uso indebido de sus datos. Por otro lado, el proveedor o vendedor debe asegurarse de que quien efectúa el pedido o la orden de compra es verdaderamente quien dice ser, ya sea el consumidor final o un intermediario.

Las características que definen a un sistema de transacciones seguras son:

- Garantizar, mediante el *cifrado*, la *confidencialidad* de las transacciones comerciales electrónicas, de manera que los datos contenidos en dichas transacciones sólo sean accesibles a las partes intervinientes.

- Garantizar, mediante el uso de *firmas electrónicas*, la *integridad* de las transacciones, de tal manera que su contenido no pueda ser alterado por terceros ajenos, sin ser descubiertos.
- Garantizar, mediante el uso de la *firma electrónica* y la certificación, la autenticidad tanto del titular del medio de pago, como del proveedor. La *firma electrónica* garantiza la *integridad* de la transacción. La certificación por parte de un *tercero de confianza (TTP o Trusted Third Party)* garantiza la identidad de las partes que intervienen en la transacción.

#### **7.4 Elaboración de perfiles.**

En Internet, el comportamiento del consumidor puede ser “observado” por el proveedor, el cual, puede acumular información personal sobre gustos, preferencias y comportamiento del mismo, sin que éste tenga conocimiento de ello. Este acopio de datos se realiza registrando la información sobre los servidores Web a los que accede un usuario, en qué páginas se detiene más tiempo, qué temas busca de manera habitual y que productos adquiere o, incluso, no adquiere<sup>8</sup>. De esta forma es posible realizar un perfil del usuario muy completo sin su conocimiento.

Existen medios para evitar estas recogidas de datos personales, y entre ellos, quizá uno de los que más éxito está teniendo entre los usuarios es el uso de servidores y programas que permiten navegar por Internet de forma anónima. El sistema consiste en que el usuario accede en primer lugar a un servidor especializado en este cometido, que le proporciona una identidad nueva a través de la cual puede acceder a otros servidores. De esta forma, los servidores Web a los que se accede no podrán obtener la auténtica identidad del usuario.

---

<sup>8</sup> Una de los sistemas de compra más extendidas es la metáfora del “carrito”: los distintos productos que se van adquiriendo se van almacenando en un carrito virtual como el que se utiliza en las grandes superficies comerciales. Este “carrito virtual” es una *cookie* y, en ocasiones, la información sobre los productos que finalmente no se adquirieron (los que en la vida real se devolverían a las estanterías antes de llegar a la caja) se conserva y son los primeros que se muestran cuando se realiza una nueva conexión.

## 7.5 Publicidad.

La publicidad es una actividad íntimamente relacionada con cualquier forma de comercio y, por lo tanto, también con el comercio electrónico. En Internet, puede adoptar muy diversas formas, desde la utilización del correo electrónico como medio para el *push advertising*<sup>9</sup> hasta el envío de *banners*, *interstitials* o *pop-up windows* durante las sesiones de navegación de los usuarios.

El primer tipo de mensajes publicitarios requiere, lógicamente, el conocimiento de la dirección de correo electrónico del receptor de los mismos. Esta dirección la ha podido proporcionar el propio usuario para recibir información de su interés o puede haber sido obtenida sin su conocimiento a través de:

- Listas de distribución y grupos de noticias
- Captura de direcciones en *directorios* de correo electrónico.
- Venta, alquiler o intercambio de direcciones de correo por parte de los *proveedores de acceso*.
- Entrega de la dirección de correo, por parte de los programas navegadores en determinadas situaciones cuando se comunican con los servidores Web.
- Recepción de mensajes de correo requiriendo contestación a una dirección determinada y pidiendo la máxima difusión de los mismos.

El segundo tipo de mensajes, adopte la forma que adopte, está íntimamente ligado a la visualización de páginas web, ya sea mostrando información comercial en zonas específicas de las mismas o utilizando nuevas ventanas para exhibirla aprovechando los tiempos de descarga o transición entre distintas páginas.

---

<sup>9</sup> Este puede adoptar la forma de correo electrónico solicitado o no. En este segundo caso, nos encontraríamos ante el famoso *spam*.

En muchas ocasiones, el anuncio específico que un usuario de Internet recibe está condicionado por la información previa (perfil) que quien lo envía tiene sobre él<sup>10</sup> y que se ha podido obtener de muy diversas maneras, tal y como se ha ido describiendo a lo largo de este documento.

## **7.6 Comercio electrónico móvil.**

Además, en estos momentos, está apareciendo una nueva forma de comercio: el comercio electrónico móvil. Esta modalidad se lleva a cabo no ya desde terminales de ordenador situados en una oficina o en una vivienda, sino a través de una nueva generación de dispositivos móviles portátiles que utilizan nuevos protocolos que permiten acceso seguro al correo electrónico y a las páginas Web. Consecuentemente, existe la posibilidad de que los datos de tráfico y de localización generados por estos accesos móviles, como por ejemplo patrones de viaje, sean fusionados con el resto de datos transaccionales y de navegación que se tratan en la actualidad para, de esta manera, obtener todavía un perfil mucho más exacto del consumidor.

### **Recomendaciones**

- *En la medida en que estén disponibles y lo estime conveniente, utilice sistemas de dinero electrónico que preserven el anonimato de sus compras en Internet.*
- *No realice transacciones comerciales electrónicas a través de proveedores con sistemas "inseguros" o no fiables. Su navegador es capaz de reconocer cuándo se conecta a un servidor que admite transacciones seguras. Consulte el manual de su navegador para averiguar cómo informa de la conexión a un servidor Web seguro aunque en los navegadores más extendidos este hecho se indica mediante la aparición de un candado o una llave sin partir.*

---

<sup>10</sup> Y que muchas veces no es el responsable de las páginas a las que el usuario se conecta, sino un tercero, generalmente una agencia publicitaria que despliega sus actividades en Internet.

- *Cuando incluya su dirección de correo electrónico en un directorio o lista de distribución, considere la posibilidad de que la misma pueda ser recogida por terceros para enviarle mensajes no deseados.*
- *Averigüe la política de alquiler, venta o intercambio de datos que han adoptado tanto su proveedor de acceso a Internet como los administradores de los directorios y listas de distribución donde esté incluido.*
- *Procure proporcionar únicamente aquellos datos personales que resulten necesarios para la prestación del servicio que contrata o la compra del producto que Ud. desea.*
- *Lea con atención la información sobre protección de datos suministrada por el vendedor y consulte, cuando esté disponible, la “Política de Privacidad o de Protección de Datos” de la compañía.*

## **Resumen de Recomendaciones**

### **Recogida de datos**

- ***Cuando suministre datos personales a cualquier organización (proveedores de acceso, proveedores de contenido, vendedores a través de comercio electrónico, etc.) sea consciente de a quién se los facilita y con qué finalidad. Asimismo, procure proporcionar únicamente aquellos datos personales estrictamente necesarios para la finalidad de que se trate.***
- ***Trate de averiguar la política de sus proveedores y administradores de listas y directorios en lo que se refiere a venta, intercambio o alquiler de los datos que les***

***suministra. Solicite que sus datos personales no vayan unidos a su identificación de acceso a Internet.***

- ***Cuando navegue por Internet, sea consciente de que los servidores Web que visita pueden registrar tanto las páginas a las que accede como la frecuencia y los temas o materias por las que busca, aunque no le informen de ello, y utilizar después esta información para obtener un perfil de su persona. En el caso de que no desee dejar constancia de sus actividades, utilice herramientas y servidores que preserven su identidad, generalmente proporcionándole un pseudónimo que, en función de las distintas legislaciones y en determinadas circunstancias, podría ser revelado.***

### **Finalidad de la recogida**

- ***Desconfíe si los datos que le solicitan son excesivos para la finalidad con la que se recogen o innecesarios para el servicio que se le presta.***
- ***Tenga en cuenta que cuando introduce su dirección de correo electrónico en un directorio, lista de distribución o grupo de noticias, dicha dirección puede ser recogida por terceros para ser utilizada con una finalidad diferente, como por ejemplo, remitirle publicidad no deseada.***
- ***Su pertenencia a determinados grupos de noticias y listas de distribución puede contribuir a la elaboración de perfiles más o menos detallados sobre su persona. Si están disponible, utilice aquellas opciones que impiden que sus aportaciones a los grupos de noticias se almacenen por tiempo indefinido.***
- ***En el caso de que no desee dejar constancia de sus actividades en la red, utilice los mecanismos para preservar el anonimato que se describen en el cuerpo de este documento.***

### **Seguridad y Confidencialidad**

- **Utilice, siempre que sea posible, las últimas versiones de los programas navegadores, ya que cada vez suelen incorporar mejores medidas de seguridad. Considere la posibilidad de activar en dichos programas las opciones que alerten sobre los intercambios de datos no deseados y no rellene aquellos datos que no desee hacer públicos (por ejemplo, dirección de correo electrónico, nombre, apellidos, etc.).**
- **Recuerde que si comparte su ordenador con otras personas, las páginas que ha visitado y los datos a los que se ha accedido son fácilmente accesibles para los demás si no adopta ciertas precauciones. Puede utilizar las opciones de su navegador que le permiten borrar el “Historial” de los lugares visitados y los “Archivos temporales de Internet” en los que se almacenan las páginas accedidas.**
- **Elija, siempre que ello le resulte posible, un código de usuario de correo electrónico que no revele aspectos de su personalidad. Un conjunto de letras mayúsculas y minúsculas, cifras y símbolos no estructurado puede ser una buena elección. Además, cuando deba elegir una contraseña, asegúrese de que no sea una palabra de los idiomas más utilizados (una combinación aleatoria de letras mayúsculas y minúsculas, números y símbolos es recomendable), cámbiela periódicamente y, al menos si no es el único usuario del ordenador desde el que se conecta a Internet, no utilice la opción de guardarla para no tener que introducirla cada vez que se le solicita.**
- **No realice transacciones comerciales electrónicas a través de proveedores con sistemas “inseguros” o no fiables. Consulte el manual de su navegador para averiguar cómo informa de que se ha establecido una conexión con un servidor seguro aunque en los navegadores más**

***extendidos este hecho se indica mediante la aparición de un candado o una llave sin partir.***

- ***Recuerde que, aunque todavía poco extendidos, existen algunos sistemas de dinero electrónico que preservan el anonimato de sus compras en Internet.***
- ***Utilice los mecanismos de seguridad que tenga a su alcance para proteger sus datos de accesos no deseados. El medio más fiable para conseguirlo es el cifrado de los mismos.***
- ***Salvo que se utilicen mecanismos de integridad, autenticación y certificación (firma electrónica, terceros de confianza, etc.) no confíe ciegamente en que la persona u organización que le remite un mensaje es quien dice ser y en que el contenido del mismo no se haya modificado, aunque esto sea así en la inmensa mayoría de las ocasiones.***
- ***Cuando descargue programas de Internet, procure informarse de la manera más fiable posible, de los autores y características de los mismos, rechazando aquellos de los cuales sospeche puedan llevar a cabo acciones ocultas.***

#### **Para terminar**

- ***Siempre que se le soliciten datos personales que no esté obligado legalmente a suministrar, sopesese los beneficios que va a recibir de la organización que los recoge frente a los posibles riesgos de utilización irregular de los mismos.***
- ***Ante cualquier duda sobre la legalidad de la utilización de sus datos de carácter personal, póngase en contacto con la Agencia de Protección de Datos (<http://www.agenciaprotecciondatos.org>)***

## Glosario de términos usados en este documento

**Aplicaciones E.T.-** Un tipo de programas de control llamados así porque, una vez instalados en el ordenador del usuario y tras conocer los datos que buscaban, hacen lo mismo que el extraterrestre de la película de Steven Spielberg: llaman a casa, esto es, al autor o distribuidor del programa, para comunicarle la información en la que estaba interesado.

**Autenticación.-** Procedimiento de comprobación de la identidad de un usuario. Mediante el mismo se garantiza que el usuario que accede a un sistema de ordenador es quién dice ser. Por lo general, los sistemas de autenticación están basados en el cifrado mediante una clave o contraseña privada y secreta que sólo conoce el auténtico emisor.

**Banner.-** Imagen gráfica usada en las páginas web para anunciar cualquier tipo de producto o servicio.

**Cifrado.-** Transformación de un mensaje en otro, utilizando una clave para impedir que el mensaje transformado pueda ser interpretado por aquellos que no conocen la clave.

**Clickstream.-** Rastro que un usuario va dejando de su paso por las distintas páginas Web que visita. El nombre deriva de que esta navegación se basa en saltar de una página a otra mediante un “click” del ratón.

**Confidencialidad.-** Característica o atributo de la información por el que la misma sólo puede ser revelada a los usuarios autorizados en tiempo y forma determinados.

**Cookies.-** Conjunto de datos que envía un servidor Web a cualquier navegador que le visita, con información sobre la utilización que se ha hecho, por parte de dicho navegador, de las páginas del servidor, en cuanto a dirección IP del navegador, dirección de las páginas visitadas, dirección de la página desde la que se accede, fecha, hora, etc. Esta información se almacena en un fichero en el ordenador del usuario para ser utilizada en una próxima visita a dicho servidor. Además, existen servidores que restringen la utilización de determinadas funcionalidades de sus servicios o, incluso, deniegan el uso de los mismos si el usuario decide no aceptarla la grabación o colocación de la *cookie* en su ordenador.

**Criptografía.-** Es la ciencia que mediante el tratamiento de la información, protege a la misma de modificaciones y utilización no autorizada. Utiliza algoritmos matemáticos complejos para la transformación de la información en un extremo y la realización del proceso inverso en el otro extremo.

**Directorios de correo.-** Conjunto de direcciones de correo electrónico, estructurado para la realización de búsquedas. Es un concepto similar al de “guía telefónica”, aplicado a las direcciones de correo electrónico.

**Dominio o Nombre de Dominio.**- Es un nombre registrado que identifica al sitio de la red de una organización accesible por los usuarios de Internet. Por ejemplo, **agenciaprotecciondatos.org** es el nombre de dominio de la Agencia de Protección de Datos.

**Firma electrónica.**- Conjunto de datos electrónicos añadidos a un mensaje que permite al receptor de los mismos comprobar su fuente e integridad y protegerse así de la suplantación o falsificación. Para su generación se suelen utilizar técnicas criptográficas.

**HTML (HyperText Markup Language).**- Lenguaje en el que se escriben los documentos a los que se acceden mediante los navegadores WWW. Admite componentes hipertexto y multimedia.

**HTTP (HiperText Transfer Protocol).**- Protocolo de Transmisión Hipertexto. Protocolo de comunicaciones utilizado por los programas clientes y servidores de WWW para comunicarse entre sí.

**Integridad.**- Garantía de la exactitud de la información frente a la alteración, pérdida o destrucción, ya sea de forma accidental o fraudulenta.

**ICQ (I Seek You).**- Programa de conversación electrónica que puede avisar al usuario cuando alguna de las personas presentes en una lista predefinida se ha conectado a Internet.

**Interfaz.**- Forma o modo en la que interactúan dos programas o las personas y las aplicaciones informáticas. Por ejemplo, Windows es un interfaz gráfica que permite un manejo sencillo de un ordenador personal.

**Interstitial.**- Publicidad que aparece en plena pantalla con imágenes en movimiento combinadas con sonido, mientras el usuario está esperando que se descargue la totalidad de la página web que haya solicitado.

**IRC (Internet Relay Chat).**- Charla Interactiva Internet. Protocolo para conversaciones simultáneas que permite comunicarse entre sí a varias personas en tiempo real.

**Normas PEM (Privacy Enhanced Mail).**- . Correo con Privacidad Mejorada. Norma aplicable al protocolo de correo electrónico utilizado en Internet, que permite cifrar de manera automática los mensajes de correo electrónico antes de enviarlos. No es necesario invocar procedimientos separados para cifrar el mensaje de correo.

**Operadores de red.**- Entidad pública o privada que haga disponible la utilización de una red de telecomunicación.

**PGP (Pretty Good Privacy).**- Programa de libre distribución, escrito por Phil Zimmermann, que impide, mediante técnicas de criptografía, que ficheros y mensajes de correo electrónico puedan ser interpretados por personas no autorizadas. Puede también

utilizarse para firmar electrónicamente un documento o un mensaje, realizando así la autenticación del autor.

**Pop-up window.-** Nueva ventana del programa navegador, generalmente de tamaño reducido a escala de la ventana principal, que aparece cuando el usuario está descargando un página determinada.

**Push advertising.-** Publicidad enviada por los anunciantes o en nombre de ellos en un momento distinto a aquel en el que se produce el requerimiento del consumidor o, en su caso, incluso sin el requerimiento del mismo. Un ejemplo del mismo son las ofertas de nuevos servicios o productos remitidas por correo electrónico a lo largo del tiempo a sus clientes por cualquier empresa o comercio.

**Proveedores de acceso.-** Organizaciones que suministran la infraestructura técnica necesaria para que los usuarios puedan conectarse a Internet. Para usuarios domésticos, lo habitual es utilizar una conexión a través de la red telefónica básica mediante un módem.

**Proveedores de contenido.-** Personas u organizaciones que publican información de cualquier tipo en Internet, ya sea utilizando recursos propios o los suministrados por un proveedor de acceso.

**Re-mailer.-** Servicio de Internet que, utilizando distintas técnicas, oculta la identidad del remitente de un correo electrónico.

**Servidor Web.-** Es el programa que, utilizando el protocolo de comunicaciones HTTP, es capaz de recibir peticiones de información de un programa cliente (navegador), recuperar la información solicitada y enviarla al programa cliente para su visualización por el usuario.

**SHTTP (Secure HTTP).-** Sistema encaminado a proporcionar transacciones seguras dentro del entorno World Wide Web.

**SSL (Secure Sockets Layer).-** El protocolo de seguridad más usado en Internet. Utiliza criptografía asimétrica para generar una clave de sesión con la que se cifran las comunicaciones entre el cliente y el servidor. Proporciona también servicios de autenticación del servidor y, opcionalmente, del cliente.

**Servidor Web seguro.-** Servidor Web que utiliza protocolos de seguridad (SSL o SHTTP generalmente) el ejecutar transacciones en él. Un protocolo de seguridad utiliza técnicas de cifrado y autenticación como medios para incrementar la confidencialidad y la fiabilidad de las transacciones.

**Spam.-** Envío masivo de mensajes publicitarios no solicitados utilizando el correo electrónico. Quienes se dedican a esta actividad reciben el nombre de *spammers*.

**Tercero de Confianza (TTP, Trusted Third Parties).**- Entidad pública o privada encargada de la emisión de certificados digitales que atestigüen la autenticidad de la identidad de los propietarios de los mismos.

**Webmail.**- Servicio de correo electrónico prestado a través de un *servidor Web* y utilizando el protocolo *HTTP*. Su difusión es cada vez mayor debido a la existencia de multitud de prestadores de servicios que lo proporcionan de forma gratuita y a la versatilidad que proporciona, ya que los mensajes de correo son accesibles desde cualquier ordenador del mundo que tenga conexión a Internet y a que no obliga a cambiar la dirección de correo electrónico cuando cambiamos de proveedor de acceso a Internet.

**Webmining.**- Técnicas que ayudan a descubrir patrones de la actividad de los usuarios cuando acceden a los sitios web. Permiten ajustar actividades como el marketing *on-line*, la selección de *banners o interstitials* publicitarios, segmentación de usuarios y gestión de relaciones con clientes. Manejan, con el soporte de bases de datos específicas, un gran volumen de datos sobre accesos a páginas web y datos de *clickstream*.

**World Wide Web (WWW, W3, Telaraña Mundial).**- Sistema de información distribuido, que utiliza el protocolo HTTP para enlazar páginas mediante mecanismos de hipertexto.

**X.500.**- Norma desarrollada conjuntamente por ISO/IEC (organismo internacional de normalización) e ITU-T (antes denominado CCITT) dentro de la arquitectura OSI, para la creación y mantenimiento de servicios de directorio de forma distribuida.

**Agencia de Protección de Datos**  
**C/ Sagasta, 22**  
**28004 Madrid**  
**Tfno.: (91) 399 62 00**  
**Fax.: (91) 448 91 65**  
**<http://www.agenciaprotecciondatos.org>**  
**e-mail: [atencion.ciudadano@agenciaprotecciondatos.org](mailto:atencion.ciudadano@agenciaprotecciondatos.org)**