

OBJETOS DE APRENDIZAJE

LÍNEA 2

2019

MATERIALES DE FORMACIÓN PARA ESTUDIANTES
DE GRADO DE LA COMPETENCIA DIGITAL

4. Seguridad: 4.2. Protección de datos personales e identidad digital:

4. Publicidad no deseada



crue

Universidades
Españolas

Red de Bibliotecas
REBIUN



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Servicio de Biblioteca

MATERIALES DE FORMACIÓN PARA ESTUDIANTES DE GRADO DE LA COMPETENCIA DIGITAL

- 4. Seguridad: 4.2. Protección de datos personales e identidad digital:
 - 4. Publicidad no deseada

REBIUN Línea 2 (3er. P.E.) Grupo de Competencia Digital



Documento bajo licencia Creative Commons



**Seguridad.
Protección de datos
personales e identidad
digital**

Publicidad no deseada



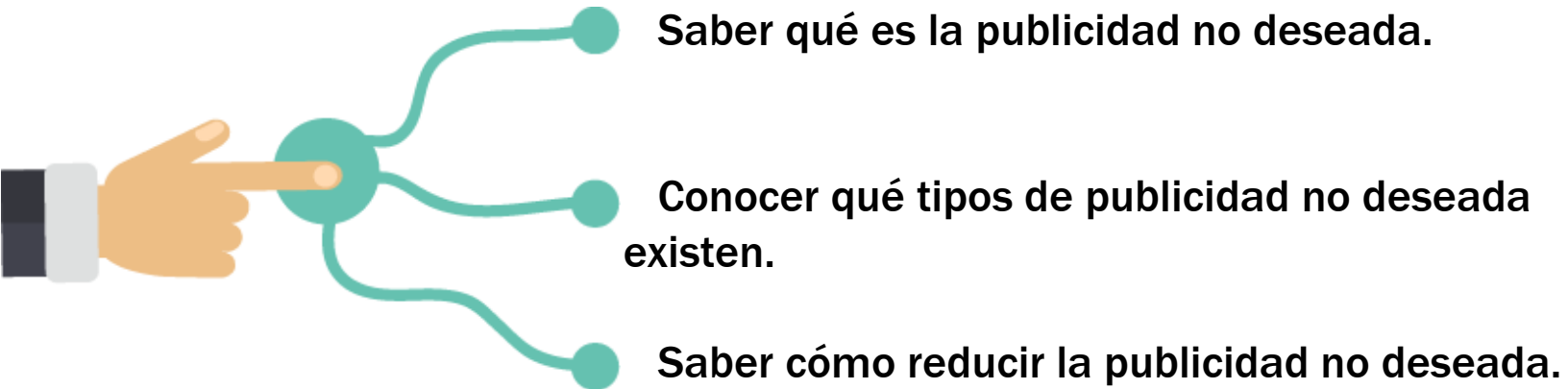
CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias

OBJETIVOS

Al finalizar esta actividad tienes que ser capaz de:



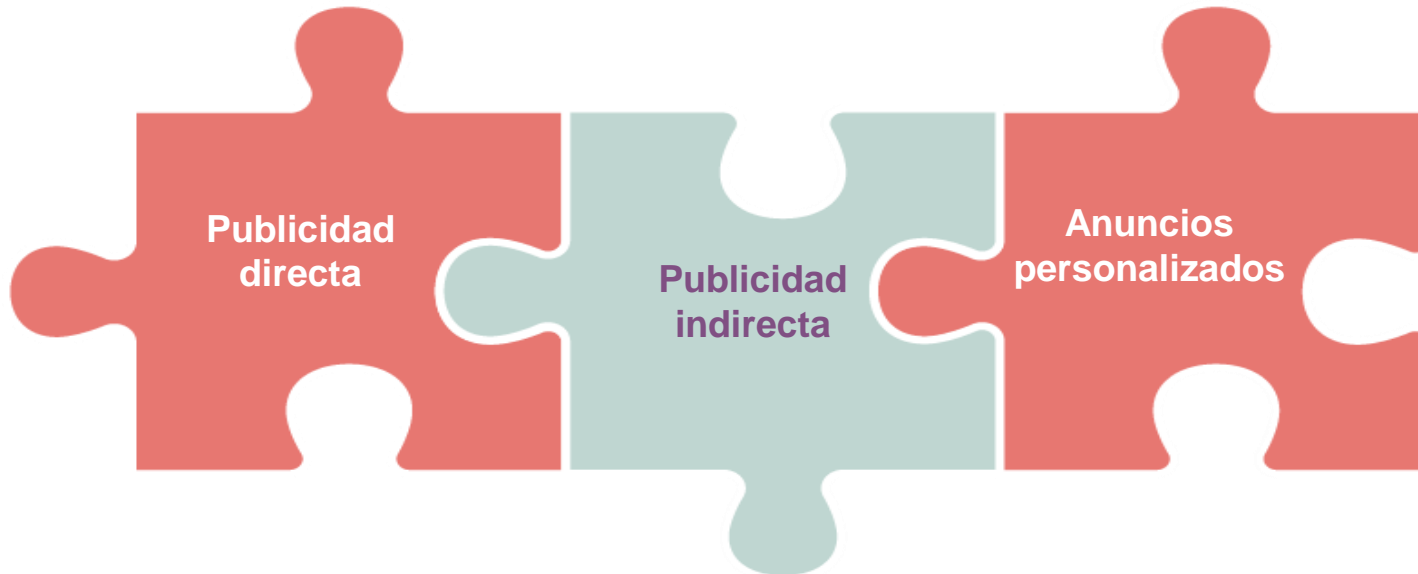
SUMARIO

- Qué es la publicidad no deseada
- Tipos de publicidad no deseada
- Recomendaciones relacionadas con la publicidad no deseada
- Para saber más...

QUÉ ES LA PUBLICIDAD NO DESEADA Y TIPOS

Se considera **publicidad no deseada** a todas aquellas comunicaciones que sean **invasivas y molestas** y que afecten en el ámbito privado.

Se podría clasificar en:



PUBLICIDAD DIRECTA

Conjunto de técnicas y de medios empleados para entrar en contacto, de forma directa, con el consumidor potencial a fin de venderle un producto. Estos son algunos ejemplos:

| | |
|---------------------------------|--|
| ★ Banners o display | mensajes llamativos e imágenes animadas que rodean los contenidos de algunas páginas web |
| ★ Correo electrónico | en algún momento te suscribiste y aceptaste que te enviaran publicidad, ofertas y noticias. Posibles soluciones son: marcar como spam o cancelar las suscripciones, bien una a una o bien con la ayuda de plataformas como Unroll.Me |
| ★ Ventanas emergentes o pop-ups | imágenes o vídeos que aparecen de forma repentina en un navegador web o en la pantalla del ordenador |
| ★ Resultados patrocinados | anuncios camuflados como si fueran resultados de una búsqueda o contenido relacionado, llevan alguna indicación como “anuncio”, “ad”, “patrocinado”... |
| ★ Vídeos cortos | que hay que ver obligatoriamente antes del vídeo elegido |

- ★ No se dirige personalmente a cada consumidor, sino que utiliza los medios de comunicación masiva, en este caso Internet, para hacer llegar su mensaje. En esta categoría se podrían incluir los vídeos en redes sociales de bloggers, youtubers y otras personas *influencers*. El contenido es variado: compras, explicaciones, *unboxing*, comparativas de productos...

En algunas ocasiones, este tipo de contenidos pueden contar con el apoyo y patrocinio de las marcas.



Los contenidos publicitarios deben estar claramente identificados como tales

- ★ Las marcas pueden:
 - **recopilar los datos** personales que proporcionas al registrarte en una aplicación o en un juego en línea, al suscribirte a sus redes sociales, de las cookies de la visita a una web, etc.
 - **crear perfiles** de uso (gracias a los datos anteriores) con preferencias, enlaces que se siguen, respuestas que se dan a cuestionarios, etc.
 - explotar esta información generando **anuncios personalizados** que se mostrarán por cualquier medio posible (por ejemplo, cuando después de mirar un coche en una tienda en línea, nos aparecen anuncios relacionados con esa tienda o con el coche en cualquier otra página web).
- ★ En las **redes sociales**, el fenómeno de la publicidad personalizada es aún más relevante, dado el elevado grado de conocimiento que tienen de sus usuarios. No es posible evitar los anuncios, pero sí se puede elegir cómo gestionarlos a través de una opción denominada habitualmente “preferencias de anuncios” o “configuración de anuncios”.

RECOMENDACIONES

*Si no quieres
recibir
publicidad no
deseada ...*



- ❖ Insíbete en la [Lista Robinson](#) (fichero común de exclusión publicitaria)
- ❖ Utiliza bloqueadores de anuncios o programas específicos para ordenador que permiten reducir y limitar el número de anuncios que se visualizan.
- ❖ Elige **espacios en Internet libres de publicidad** o publicidad menos abusiva, para lo cual es útil reconocer contenidos de calidad , fuentes fiables y preferiblemente oficiales.
- ❖ **Evita la publicidad personalizada**, bien mediante la configuración de anuncios de las principales redes sociales y otras plataformas de servicios en línea, o bien utilizando las opciones para denunciar aquellos anuncios que no te parezcan apropiados.



RECOMENDACIONES

*Si no quieres
recibir
publicidad
no deseada ...*



- ❖ Utiliza los **mecanismos** que ofrecen las empresas para poder negarte a recibir comunicaciones.
- ❖ No des tu **consentimiento**: sé cuidadoso y presta atención a todas las casillas que aparecen sobre los botones de aceptación.
- ❖ Retira tu **consentimiento**, mediante teléfono o un correo electrónico, a que una empresa use tus datos personales.
- ❖ Ejerce tu **derecho de oposición** para negarte a que usen tus datos con fines publicitarios.
- ❖ Haz uso de tu **derecho de supresión** para que eliminen tus datos personales y no los utilicen con ningún fin.

PARA SABER MÁS...

Consulta

[Presentación Resumen Observatorio de la Publicidad en España 2018](#)

[Agencia Española de Protección de Datos](#)

[Cómo evitar la publicidad no deseada](#)

[Cómo acabar con la publicidad en el correo electrónico](#)



CRUE

REBIUN

Red de Bibliotecas Universitarias



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA

Servicio de Biblioteca