

# Día de la protección de datos: así se maneja la privacidad dentro en TikTok

La protección de los datos se ha convertido en una tarea vital para millones de empresas y usuarios, pues la información que aloja internet hace parte de los bienes y la privacidad de cada persona, teniendo en cuenta esto, muchas empresas promueven campañas de transparencia y educación para su comunidad e incluso sus empleados.

TikTok, la popular plataforma de tendencias, decidió programar un mes de actividades enfocadas en el buen manejo de la información.

Con el fin de que los usuarios sepan cómo se protegen sus datos dentro de TikTok, la red social ha puesto al servicio de las personas un centro de seguridad y una serie de videos dentro de la app para que las personas conozcan las opciones de privacidad disponibles, como la función que les permite colocar sus herramientas privadas o incluso la posibilidad de desactivar herramientas como Stitch y Dueto para que las personas.

La plataforma le permite a sus usuarios una serie de ajustes de privacidad como:

De igual manera, la compañía ha desarrollado diferentes funciones enfocadas en la seguridad, por ejemplo, todas las cuentas de usuarios menores de 16 años serán privadas de forma predeterminada, ya sea nueva o existente. Bajo esa misma línea, los usuarios menos tendrán de forma predeterminada la opción de "Nadie" para los mensajes directos, además de una limitación en las notificaciones.

"Lanzamos los Centros de Transparencia y de Rendición de cuentas. Éstos ofrecen la oportunidad a terceros, expertos y partes interesadas de todo el mundo de examinar nuestras políticas de moderación, entender cómo funciona nuestro algoritmo, conocer cómo moderamos el contenido a diario y comprender cómo funcionan nuestras prácticas de privacidad y seguridad" explicó TikTok a través de un comunicado, dichos centros son sedes físicas que hasta el momento se encuentran en Estados Unidos y en Europa.

TikTok se une a Instagram y también prueba suscripciones de pago en la plataforma

TikTok está probando una nueva herramienta que permite a los creadores obtener ganancias de las tarifas de suscripción que pueden cobrar a sus seguidores.

La función es muy similar a la recientemente anunciada por Instagram, donde las cuentas pueden publicar historias o contenido exclusivo, como una transmisión en vivo, a cambio de un pago mensual.

Las suscripciones de TikTok pueden funcionar como Instagram; ofrece contenido exclusivo, como videos, a los usuarios que pagan una suscripción mensual. Sin embargo, aún se desconocen muchos detalles. Entre ellos se encuentran los requisitos que debe cumplir una cuenta.

Por ejemplo, si debe estar verificado o si debe tener un número mínimo de seguidores. Tampoco se sabe qué rangos de precios podrán manejar estos creadores, o si la propia aplicación establece un costo mínimo y máximo.

TikTok también está considerando permitir que los usuarios den propina a los creadores de contenido como señal de agradecimiento por su trabajo. La aplicación también ofrece un fondo creativo en el que pagan una pequeña cantidad por las vistas de video.

Además de TikTok, Otras redes sociales también están poniendo manos a la obra para obtener el mismo resultado. Twitter, por ejemplo, tiene Super Follows, que la compañía describe como una forma para que los creadores interactúen mejor con sus usuarios.

Los suscriptores pueden pagar un mínimo de USD\$ 2,99 por mes, aunque también hay opciones por USD\$4,99 o USD\$ 9,99 por mes, según en qué beneficios decidan los creadores. Twitter, al igual que TikTok e Instagram, puede beneficiarse de las comisiones por registro.

Con información de Infobae