

Sociedad 09/01/2011

## Chaval, no seas pardillo

La Policía alerta a los jóvenes, a través de la red social Tuenti, sobre los timadores que venden en internet productos milagro, ofrecen dinero fácil o se hacen pasar por 'ligues'

Agencias / Madrid

Los adolescentes y los niños pueden ser tan vulnerables en el mundo virtual como lo son en el real, por lo que es importante que los padres conozcan bien cuáles son los muchos peligros a los que los menores se enfrentan cuando navegan o chatean. El 85,1 por ciento de los jóvenes entre 10 y 15 años usa la red y un 70 por ciento de los adolescentes emplean los portales sociales, especialmente Tuenti y Facebook. Si bien internet es fuente de conocimiento y diversión, puede suponer también un peligro para los más pequeños. La falta de experiencia les puede llevar a cometer errores como dar datos personales a cualquiera que contacte con ellos o incluso caer en trampas de acosadores online.

Por este motivo, la Policía Nacional y la Guardia Civil han colgado en la plataforma social Tuenti un mensaje -que forma parte de la iniciativa Plan Contigo, dirigida a los jóvenes- con advertencias contra los timadores que venden productos milagro, ofrecen dinero fácil o se hacen pasar por ligues.

Bajo el título de No seas pardillo, las Fuerzas de Seguridad alertan contra quienes no se contentan con gastar bromas y pretenden abusar de la buena fe o desconocimiento de los otros para engañarles mediante prácticas que algunas veces no pueden ser consideradas legalmente como delictivas.

La Policía cita entre otros trucos el de los supuestos directores de casting que buscan modelos o actores con el objetivo de obtener dinero o favores sexuales a cambio de entrar en el mundo del espectáculo; así como el de quienes ofrecen trabajos sencillos y bien pagados, salvo por el hecho de que siempre hay que adelantar un dinero para realizar algún trámite previo e imprescindible.

En ocasiones, esos falsos empleadores pedirán a los jóvenes que faciliten sus datos a través de un número telefónico de tarificación especial; mientras que otras veces las víctimas del engaño recibirán un sms o un e-mail diciendo que han ganado un premio, pero que deben llamar a uno de esos números, que comienzan por las cifras 803, 806 y 807.

Los agentes alertan también contra las ofertas de productos de marcas prestigiosas a precios increíblemente bajos y contra los productos milagro que solucionan casi cualquier problema físico y que pueden ser incluso perjudiciales para la salud o, en el mejor de los casos, no tener ningún efecto beneficioso, como las famosas pulseras holográficas.

Atención también a las historietas raras que llegan a través de reenvíos masivos de e-mails supuestamente desde instituciones serias y con las que los timadores consiguen hacerse con miles de direcciones a las que luego mandan el llamado spam o correo basura. Entre los mensajes que entran a través de la red están los de los supuestos ligues -chicas o chicos muy atractivos que dicen vivir lejos de España- que contactan con los jóvenes por correo o a través de las redes sociales y que, al cabo de unos días, piden dinero para comprar un billete de avión y venir a visitar a sus nuevos amigos.

«No te deja comprarlo a ti, tienes que enviarle el dinero. Si eres tan ingenuo de hacerlo, ahí desaparecerá. Si no, insistirá durante un tiempo... por si logra engañarte», alerta la Policía.

Como consejo general, las Fuerzas de Seguridad recomiendan estar informado y ser precavido «o, si lo prefieres, desconfiado» con los supuestos chollos y evitar facilitar datos personales o adelantar ninguna cantidad de dinero en esas situaciones.



La fiebre de las redes sociales, tan tentadoras como comprometidas, ha calado muy hondo entre los más jóvenes, especialmente en aquellos de 10 a 15 años.

Efe



OTRAS WEBS DEL GRUPO PROMECAL

Grupo Promecal | Ceres C.G. | Revista Osaca | Diario de Burgos | Diario de Ávila | Diario Palentino | El Día de Valladolid | La Tribuna de Albacete  
La Tribuna de Ciudad Real | La Tribuna de Puertollano | La Tribuna de Toledo | La Tribuna de Talavera | SPC | Canal 6 Navarra | Ical News | Agencia Ical