

14 DE JULIO DE 2017

¿Analizó FB a adolescentes tristes?

Lunes, 22 de Mayo de 2017 a las 3:13pm
REFORMA | NTRZACATECAS.COM

REFORMA | NTRZACATECAS.COM

CIUDAD DE MÉXICO .– Facebook enfrenta cartas de organizaciones civiles que demandan aclaraciones sobre si usó su algoritmo para ofrecer anuncios a menores de edad en momentos de vulnerabilidad emocional.

La empresa pudo haber ofrecido a anunciantes la posibilidad de dirigir su publicidad a 6.4 millones de adolescentes que pasaban por momentos psicológicamente difíciles, apunta un reporte de The Australian.

Según Wired, que tuvo acceso al documento filtrado por The Australian a comienzos del mes, Facebook creó una presentación dirigida a anunciantes de ese país para incentivarlos a atender un nicho de usuarios menores de edad que parecían sentirse poco valorados, estresados e inseguros, según sus análisis.

“Facebook no ofrece en herramientas para dirigir anuncios a personas basadas en su estado de ánimo”, desmintió la red social en un comunicado hace unos días.

“El análisis hecho por un investigador australiano tuvo la intención de ayudar a mercadólogos a entender cómo se expresan las personas en Facebook”, precisó.

La respuesta, sin embargo, no convenció a las organizaciones civiles en materia de derechos digitales. Recientemente, más de 20 organizaciones de todo el mundo enviaron una carta dirigida a Mark Zuckerberg donde le demandan una explicación profunda sobre sus prácticas para analizar las emociones de sus usuarios y su posible explotación publicitaria.

Son Tus Datos, organización mexicana que firmó la carta colectiva, también dirigió una carta al director de Facebook en México, Jorge Ruiz Escamilla.

“Dado que Facebook ofrece servicios publicitarios a nivel regional y global, surge la preocupación de que este tipo de prácticas se dirijan no sólo en Australia sino también a menores de edad en Latinoamérica y que esta información esté siendo utilizada por publicistas que apelan a menores, aprovechándose de sus vulnerabilidades”, se lee en la misiva.

Hasta el momento, la ONG, que también dirigió su carta a funcionarios del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, no ha reportado respuestas de ningún organismo.

A través de los años, Facebook se ha visto envuelto en polémicas sobre los usos de los datos de sus usuarios. En 2012, la empresa dirigió un experimento donde mostró intencionalmente contenido positivo o negativo a 700 mil usuarios para ver cómo influía en sus emociones.

En febrero de 2016, la introducción de las “reacciones” de Facebook fue objeto de dudas sobre su posibilidad para recopilar información directa de las emociones de sus usuarios, y, la semana pasada, la Unión Europea multó a la empresa por 110 millones de euros por

dar información engañosa sobre su compra a Whatsapp y la fusión de datos de usuarios entre la app de mensajería y la red social.



Temas: [Adolescentes](http://ntrzacatecas.com/temas/adolescentes/) (<http://ntrzacatecas.com/temas/adolescentes/>), [Destacadas](http://ntrzacatecas.com/temas/destacadas/) (<http://ntrzacatecas.com/temas/destacadas/>), [Facebook](http://ntrzacatecas.com/temas/facebook/) (<http://ntrzacatecas.com/temas/facebook/>)

Los comentarios están cerrados.