

## Facebook y la necesidad de regular las redes sociales

Por: [Editorial La Jornada](#)

Tema: [Comunicación](#), [Redes sociales](#)

Globalización, 12 de abril 2018

[lajornada.unam.mx](http://lajornada.unam.mx) 12 April, 2018

*Acosado por el escándalo del uso indebido de datos de 87 millones de usuarios de Facebook por parte del despacho de manipulación electoral Cambridge Analytica (CA), el fundador y principal accionista de esa red social, Mark Zuckerberg, reconoció ayer, en el testimonio que rindió en una audiencia del Congreso de Estados Unidos, que es inevitable alguna regulación de tales redes.*

Como se recordará, CA se valió de una aplicación en Facebook, *This is your digital life* (Esta es tu vida digital) a fin de conseguir la autorización de 270 mil usuarios para hurgar en sus perfiles, incluida la lista de contactos; con esa información, el programa recabó además datos de los segundos, hasta totalizar 87 millones de perfiles; el tratamiento de los datos resultantes permitió a la firma elaborar, para cada uno de ellos, la descripción de sus actitudes y preferencias políticas a fin de colocar en sus pantallas, en forma individualizada, propaganda electoral específica para influir en su intención de voto.

Es sabido desde hace lustros que las grandes plataformas de Internet, como Yahoo, Google y el propio Facebook se valen de los datos que sus usuarios les confían para enviarles publicidad comercial personalizada en función de sus compras y recorridos por Internet, sus sitios favoritos y el tipo de información que buscan y consultan. En rigor, pues, el modelo de negocio aplicado por CA en Facebook por medio de *This is your digital life* no es nuevo. Los aspectos escandalosos e inadmisibles de este episodio son, por una parte, que la consultora se haya infiltrado mediante los contactos de los usuarios que dieron su consentimiento para el uso de sus datos y, por la otra, que haya ofrecido esa información a estrategias de campañas electorales con el propósito de influir, de manera furtiva, en la voluntad ciudadana.

La circunstancia hace impostergable que los gobiernos de todos los países se pongan de acuerdo para establecer estrictas legislaciones de protección a la privacidad de los internautas en general y, en particular, de los suscriptores de redes sociales, y que fijen sanciones efectivas a las empresas propietarias de esas redes, como es el caso de Facebook.

Resulta fundamental establecer, en este punto, una diferencia clara entre el necesario control de los consorcios internéticos y el respeto a las libertades de expresión y de acceso a la información en la red mundial. En otros términos, la normativa referida no debe orientarse a supervisar a los internautas sino a las empresas. Es claro que estas últimas no

van a autorregularse ni a moderar su afán de dividendos por encima de cualquier consideración ética sobre el respeto a la privacidad, como lo dejó en claro el propio Zuckerberg en su comparecencia de ayer.

En el caso de nuestro país, se debe diseñar, debatir y aprobar modificaciones legales que otorguen facultades amplias en este sentido al Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (Inai) y que éste asuma la responsabilidad que le corresponde.

## La Jornada

La fuente original de este artículo es [lajornada.unam.mx](http://lajornada.unam.mx)

Derechos de autor © [Editorial La Jornada](http://Editorial La Jornada), [lajornada.unam.mx](http://lajornada.unam.mx), 2018

[Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook](#)  
[Conviértase en miembro de Globalización](#)

Artículos de: [Editorial La Jornada](#)

**Disclaimer:** The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: [publications@globalresearch.ca](mailto:publications@globalresearch.ca)

[www.globalresearch.ca](http://www.globalresearch.ca) contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: [publications@globalresearch.ca](mailto:publications@globalresearch.ca)