

Digital privacy. The Facebook scandal could change politics as well as the internet. Even used legitimately, it is a powerful, intrusive political tool

Enviado por gregina en Jue, 04/12/2018 - 17:10

Cita:

The Economist [2018], "Digital privacy. The Facebook scandal could change politics as well as the internet. Even used legitimately, it is a powerful, intrusive political tool", *The Economist*, London, 24 de marzo, <https://www.economist.com/news/united-states/21739167-even-used-legitima...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Marzo 24, 2018

Revista descriptores:

Competencia mundial. Disputa hegemónica [2]

Estudios de caso: actividades - empresas [3]

Formas de la competencia entre grandes empresas [4]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [5]

Tecnologías militares - tecnologías de uso dual [6]

Tema:

La venta de información de usuarios por parte de Facebook y sus consecuencias

Idea principal:

La compañía de Facebook ha pasado el último año atravesando muchas controversias sobre el tráfico de noticias falsas y permitiendo la manipulación rusa de los votantes estadounidenses. Luego, el 17 de marzo, artículos en el New York Times y el periódico británico Observer sugirieron que una consultora política, Cambridge Analítica, había obtenido datos detallados sobre unos 50 millones de usuarios de Facebook y compartido esta información y análisis con terceros, incluida la campaña presidencial de Donald Trump. Tanto republicanos como demócratas han pedido a Zuckerberg, fundador de la compañía, así como a directores de otras firmas tecnológicas que testifiquen ante el Senado. La Comisión Federal de Comercio (FTC) de Estados Unidos también lanzó una investigación sobre las políticas de privacidad de Facebook.

Incluso los aliados de Facebook, como la compañía Twitter de Brian Acton, cofundador de la popular aplicación WhatsApp (que Facebook compró por 22 mil millones de dólares), alentó a las personas a "#DeleteFacebook", una campaña que se viralizó en redes sociales en las últimas semanas. Todo esto ha alertado a los inversionistas, entre el 16 de marzo y el 21 de marzo, el precio de la acción de la empresa cayó 8,5% borrando 45 mil millones de dólares en valor de mercado. Facebook sigue siendo la octava empresa cotizada en bolsa más valiosa del mundo,

pero a los accionistas les preocupa que los políticos en Europa y Estados Unidos puedan imponer restricciones fuertes, reprimiendo el crecimiento.

La situación con Cambridge Analytica revela que los datos sobre los usuarios de Facebook fueron obtenidos por Aleksandr Kogan, un investigador de la Universidad de Cambridge, que atrajo a unas 270,000 personas a participar en una encuesta a cambio de una pequeña tarifa. Cuando los usuarios instalaron la aplicación de la encuesta, compartieron detalles sobre ellos mismos y, sin saberlo, sobre sus amigos, en torno a los 50 millones de usuarios de Facebook. Después Kogan proporcionó estos datos a Cambridge Analytica, la cual cuenta con el respaldo de Robert Mercer, un donante republicano, Steve Bannon, ex asesor principal de Trump, solía servir como ejecutivo. Sin embargo, este escándalo no es el primero, el 20 de marzo, Alexander Nix, su director ejecutivo, fue suspendido después de que se emitieron grabaciones en la televisión británica que parecen capturarlo describiendo la manipulación de personas para obtener información.

Facebook ha construido un gigantesco negocio de publicidad, con ventas de alrededor de 40 mil millones en 2017, mediante la recopilación de información detallada sobre la identidad y el comportamiento de los usuarios en línea y luego vendiéndolos a diferentes empresas. Facebook rastrea a los usuarios no solo en sus servicios, sino a través de la web. A través del "microtargeting", una técnica de focalización empleada desde la mercadotecnia para influir en las personas, se influyó a las personas en sus puntos de vista políticos y el comportamiento de votación. Aunque la publicidad política sigue siendo un porcentaje minúsculo de los ingresos de Facebook, tal vez alrededor del 3%, es una línea creciente y lucrativa. Incluso sin utilizar datos obtenidos de manera ilegal para impulsar la localización, la firma de medios sociales ofrece herramientas precisas para campañas políticas, incluso llegar a los usuarios de Facebook. Además, la aplicación permite que las campañas se dirijan a los votantes que muestran interés en los mismos problemas o que tienen perfiles similares y los empaqueta en lo que llama "audiencias similares".

Zuckerberg, ha estructurado la propiedad de su empresa para que controle las acciones con voto superior y mantenga su poder, pero se especula que algunos de sus principales directivos renuncien. La respuesta de Zuckerberg al escándalo ha sido modesta, se disculpó y prometió auditorías exhaustivas a los desarrolladores de aplicaciones de terceros y los pasos para que sea más fácil para los usuarios controlar su configuración de privacidad. Sin embargo, la confianza en las redes sociales ya es baja, a nivel mundial, los usuarios pasaron alrededor de 50 millones de horas menos por día en Facebook en el cuarto trimestre de 2017.

Los políticos de Estados Unidos y Europa están analizando la conducta de Facebook y pueden proponer nuevas leyes, especialmente en el dominio de la privacidad de datos. El próximo mayo, las regulaciones sobre la protección de datos y el consentimiento del usuario entrarán en vigor en Europa. En el caso estadounidense, Obama estaba a favor de una declaración de derechos de privacidad del consumidor, que daría a los usuarios un mayor control de sus datos en línea al requerir el consentimiento del usuario. Sin embargo, esto progresó poco debido a la oposición de la industria, pero puede que ahora se retomen estas propuestas sobre establecer una ley de este tipo.

Datos cruciales:

- Desde 2011 se requiere que la red social Facebook notifique a los usuarios sobre cómo se comparten sus datos.
- Facebook compró WhatsApp por 22 mil millones de dólares en 2014.
- Entre el 16 de marzo y el 21 de marzo, el precio de la acción de la empresa Facebook cayó 8,5%, borrando 45 mil millones de dólares en valor de mercado.
- Facebook es la octava empresa cotizada en bolsa más valiosa del mundo.
- Antes de 2015, las reglas de Facebook permitían la extracción de conexiones sociales sin el consentimiento de cada usuario.
- Facebook ha construido un enorme negocio de publicidad, con ventas de alrededor de 40 mil millones de dólares en 2017, mediante la recopilación de información detallada sobre la identidad y el comportamiento de los usuarios en línea y luego vendiéndoles el acceso.
- A nivel mundial, los usuarios pasaron alrededor de 50 millones de horas menos por día en Facebook en el cuarto trimestre de 2017, lo que se traduce en una reducción del 15% en el tiempo transcurrido año tras año.

Nexo con el tema que estudiamos:

La relación que establecen las grandes corporaciones que acumulan información de usuarios, como Facebook, con los centros de poder político, relaciones que involucran a la sociedad y a los millones de usuarios que utilizan las redes sociales. A través de la obtención de datos de los usuarios, es como estas compañías venden la información no solo a empresas que los utilizan con fines publicitarios sino incluso a empresas con fines políticos y mediante las cuales se logra influir en ciertas decisiones políticas a nivel nacional e internacional.

Source URL (modified on 19 Abril 2018 - 6:05pm): <http://let.iiec.unam.mx/node/1707>

Links

- [1] <https://www.economist.com/news/united-states/21739167-even-used-legitimately-it-powerful-intrusive-political-tool-facebook-scandal>
- [2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/12>
- [3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>
- [4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>
- [5] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>
- [6] <http://let.iiec.unam.mx/descriptores-let/tecnolog%C3%ADas-militares-tecnolog%C3%ADas-de-uso-dual>