Facebook compartió los datos personales de sus usuarios con unas 150 empresas sin el consentimiento de las personas, según informó el diario The New York Times, citando cientos de documentos internos de la red social del año 2017.

La mayoría de las compañías con las que Facebook compartió información son tecnológicas, incluidos minoristas en línea y sitios de entretenimiento, además de fabricantes de automóviles y medios de comunicación.

Entre las compañías se encuentran Netflix, Amazon, Microsoft, Apple, etc. Todos tuvieron acceso a los datos de millones de personas al mes.

Entre los casos que se revelan en los documentos citados pos el diario, están:

Bing, a la que Facebook permitió ver los nombres de todos los amigos de los usuarios de Facebook.

En el caso de Amazon, la compañía tuvo acceso a los nombres de usuarios y a la información de contacto por medio de los amigos.

Este año, Facebook brindó información a Yahoo, específicamente, las publicaciones de amistades.

Entre los casos más controversistas, están Spotify, Netflix y Royal Bank of Canada, a las que Facebook dio permiso de leer, escribir y eliminar mensajes privados de los usuarios. Sin embargo, Netflix aseguró que *«en ningún momento»* accedieron a los mensajes privados ni solicitaron hacerlo.

Apple pudo ocultar a los usuarios de Facebook todos los indicadores acerca de que sus dispositivos pedían el consumo de datos.

Algunos de estos casos estuvieron llevándose a cabo hasta hace unos meses, cuando Facebook declaró que pondría fin a estas prácticas luego de los escándalos sobre el manejo

de los datos de los usuarios.

Facebook violó un acuero de 2011 con la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos con estas acciones, dicho acuerdo prohibió a la red social compartir los datos de los usuarios sin permiso.

Por su parte, Steve Satterfield, director de privacidad y política pública de Facebook, afirmó que ninguna de estas asociaciones violó la privacidad de los usuarios ni el acuerdo con la FTC. Según el directivo, los contratos con los socios requerían que las compañías cumplieran con las políticas de Facebook.

Sin embargo, los ejecutivos de Facebook reconocieron errores cometidos el año pasado.

> *«Sabemos que tenemos trabajo que hacer para recuperar la confianza de la gente»*, dijo Satterfield.

Agregó que dichas asociaciones eran un *«área de enfoque»* de Facebook y ahora están en el proceso de terminar con ellas.