

Boletín en la red

Diciembre-2019



Instituto Nacional
de Cancerología-ESE
Colombia
Por el control del cáncer

Ministerio de Salud y Protección Social
Instituto Nacional de Cancerología ESE

Carolina Wiesner Ceballos
Directora General

Juan José Perez Acevedo
Subdirector administrativo y financiero

Lina Maria Trujillo Sánchez
Subdirectora de atención médica y de docencia

Martha Serrano
Subdirectora de investigación, vigilancia epidemiológica y salud pública

Amaranto Suárez
Subdirector de Investigaciones, Vigilancia Epidemiológica,
Promoción y Prevención

Camilo Zuluaga
Asesoría de planeación y sistemas de la información
Oficina de comunicaciones
cezuluaga@cancer.gov.co

Diciembre - 2019



Facebook y las complicaciones de acceso propias de un monopolio

La red social no encaja en el tipo de empresas que contemplan las leyes antimonopolio tradicionales y eso complica su regulación, según los analistas

Según Marzuki Darusman miembro de la ONU y encargado de investigar varios casos de abusos de poder por parte de la red social con su afirmación "Las redes sociales son Facebook y Facebook es las redes sociales", la magnitud de la compañía de Mark Zuckerberg es un asunto del que preocuparse. Esto no parece tener mucha relevancia, hasta que se configuran fenómenos a escala global como lo han demostrado campañas políticas como las elecciones de EEUU (BBC, 2019) o el Eurobrexit (Mizrahi, 2018). Con cerca de 2.200 millones de usuarios conforman la mayor base de datos de la humanidad, pública y gratuita (Chorén, 2019), pero de la misma forma comercializable para campañas de publicidad, segmentación de población u estrategias gubernamentales.

De esta forma en principio, no se tendría nada que objetar, pues el uso de las redes sociales sigue en un punto gris en materia judicial, como muchas de los asuntos digitales que han sobrepasado la legislación existente. Pero la verdad es que si se analiza el potencial que alcanzan las redes sociales que

conforman el grupo Facebook (Facebook, WhatsApp e Instagram) suma mucho más 4.700 millones de usuarios (Mejía, 2019), lo que muestra que no solo es posible tener a la mano los datos del mundo concentrados en una sola empresa, sino que es posible, usarlos de diversas formas, a favor o en contra de intereses particulares y finalmente como coinciden políticos, expertos y empleados de la compañía la red social que tiene varias investigaciones antimonopolio abiertas no solo en Estados Unidos, sino también investigaciones por el manejo de los datos de sus usuarios.

De este caso en particular se puede resaltar bastantes antecedentes como el más reciente donde más de 419 millones de números de teléfono aparecieron a principios de septiembre en una base de datos sin contraseña en internet y al alcance de cualquiera (Chorén, 2019), la fuga de datos de 2018 (Lano & Sánchez, 2018), hasta las más de 136.985 españolas afectadas por fuga de datos en el caso de Cambridge Analytics (Fernandez, 2018).

Si bien es cierto que los usuarios nunca pagaron por usar Facebook, la tarifa fijada fue la de proporcionar sus datos. Esta compañía consiguió terminar con la competencia adquiriendo cada vez más y más redes que nacían y antes de que completaran un número importante de usuarios ya estaban en camino a ser adquiridos pues lo importante era obtener la mayor cantidad de data del

consumidor para obtener ganancias al momento de comercializar para pauta, "a veces de manera deshonesto y en contra de la voluntad de los usuarios, y consolidando su poder de monopolio", explica la escritora Dina Srinivasan, autora de un artículo sobre este asunto en Berkeley Business Law Journal que ha dado la vuelta al mundo (Srinivasan, 2019).

De igual manera piensan Martin Gaynor, profesor de Economía y ex economista jefe de la Comisión Federal de Comercio en una entrevista a Quartz al afirmar que "Facebook está haciendo cosas que ponen a los competidores en desventaja, si está haciendo que sea difícil o imposible para las nuevas empresas ingresar y sacarlo al mercado, si está comprando competidores potenciales antes de que realmente puedan ingresar en el mercado y competir con él, cosas como esas son potencialmente motivo de preocupación" (Chorén, 2019). También la fiscal general de Nueva York, Letitia James, y otros siete estados norteamericanos que investigan si la popular red social puso en peligro datos privados y realizó prácticas abusivas para dominar el mercado "Utilizaremos todas las herramientas de investigación a nuestra disposición para determinar si las acciones de Facebook pueden haber puesto en peligro los datos de los consumidores, reducido la calidad de las elecciones de los consumidores o aumentado el precio de la publicidad",

afirmó en un comunicado la fiscal general de Nueva York (Chorén, 2019).

A pesar de todo esta red social no parece temer las consecuencias que puedan traer las investigaciones que tiene abiertas. "Una regulación no va a frenar a Facebook", tal como reconoció Marne Levine, vicepresidenta de Alianzas Globales, Negocios y Desarrollo Corporativo de Facebook en una entrevista al medio estadounidense "Recode". Las multas, única medida tangible que se ha llevado a cabo hasta el momento, no han mermado su actividad. La Comisión Federal de Comercio en Estados Unidos (FTC, de sus siglas en inglés) le impuso este verano a la red social una multa sin precedentes de 5.000 millones de dólares por no proteger los datos de los usuarios y llegó a un acuerdo con Zuckerberg para que no volviese a ocurrir (Chorén, 2019). Desde entonces, la FTC investiga su actividad.

Sin embargo no se puede hablar de un monopolio propio debido a las magnitudes y las proporciones de las redes sociales a nivel global y al porcentaje de usuarios en cada red como lo reporta el más reciente informe de redes sociales de We Are Social (We are Social y Hootsuite, 2019)

La salud mediada por los dispositivos móviles.

La aparición de teléfonos inteligentes, tabletas y otra serie de dispositivos que son usados como especie de placebos y/o distracciones del momento de la enfermedad que enfrentan, también significa una desconexión, pues en algunos momentos los pacientes no quieren reconocerse en medio del tratamiento, ni como enfermos, ni en ninguna otra categoría; quieren estar en otro lugar, el que sea, real o virtual. También significa una ruptura en su comunicación con otros pacientes y sus acompañantes, o con el personal médico; incluso con cualquier tipo de dolor (López, 1996). Ante esta ambigüedad del dolor, por ser parte de la conciencia del hombre (Le Breton, 1999) y de la humanidad que se transmite desde los inicios de los tiempos, resuena hasta nuestros días y afecta en las formas de afrontarlo, más allá de los tratamientos médicos, la psicología del ser humano hace que cada persona enfrente el dolor a su manera.

Si bien se hace una interesante descripción de las atribuciones del dolor, diferenciando ciertos patrones (López, 1996), la razón tras estos estudios es una idea ligada directamente no solo a la comprensión de la enfermedad, sino a la aceptación de una condición provista de dolor (Montero Ibáñez, 2005). Este dolor no solo se refiere al dolor físico de verse frente a una enfermedad crítica como lo es el cáncer, también es el consciente

colectivo de verse desprovisto de cierta afección estética, propia de los efectos secundarios de los tratamientos contra el cáncer (Murillo, y otros, 2015).

De este modo la vida de los seres humanos se manifiesta a través de relaciones entre semejantes, estas pueden dar paso a la comprensión entre iguales, pues los pacientes puede que no sean del mismo tipo, con el mismo pasado o con la misma historia. El hombre, como ser social, está sujeto y dispuesto a crear relaciones interpersonales, pero que bajo este contexto de entenderse como sujeto que vive y siente puede estarse perdiendo, inmerso en su propio dolor, o interesado en evadirse de su realidad. Como práctica comunicativa, esta hipermediación le permite a cada paciente hacer uso de un elemento que permite cercanía, pero a la vez desconexión; y es que los dispositivos móviles tienen esa particularidad, permitir la presencia desde la ausencia, la dualidad de estar presente sin la corporalidad necesaria.

Para lograr esta anestesia, los sentidos son confundidos por medio de una experiencia multimedia convergente, no solo está presente la televisión de la que disponen las salas de quimioterapia, también está la música, la cámara, libros y todo aquello que pone a disposición el dispositivo celular (Caldevilla, 2010). Así, para esconderse de sus propios sentimientos, se recurren a métodos que tienen a la mano y que le son familiares como los anteriormente mencionados,

aunque también se recurre a tratamientos paliativos pero desprovistos de contacto, simplemente como un agente adormecedor, lo que ofrece la simple experiencia de encerrarse en el sueño, en un tejido o los propios pensamientos de sujetos extraños que tienen ideas similares (Cáceres Zapatero, Brändle, & Ruiz, 2013)

que no son compartidos con nadie más que el vacío que desarrolla cada uno de los sujetos que se ven en estas salas y simultáneamente la codificación infinita que ofrece internet.

Nuestras Campañas



Au!

Med. Es la expresión que usamos cuando nos duele algo y es el **3er** paso para estar más alerta a tu salud.

Instituto Nacional de Cancerología

Ex

Med. Es esa persona que no quieres ver, pero tarde o temprano la tienes que afrontar y es el **2do** paso para estar al día con tu salud.

Instituto Nacional de Cancerología

Ma

Med. Es la primera palabra que dicen los niños y es el **1er** paso para estar al día con tu salud.

Instituto Nacional de Cancerología

La estrategia #Los3SecretosDeTocarte fue creada por la oficina de comunicaciones en acompañamiento con el servicio de seno y tejidos blandos. Los post se realizaron desde la campaña de

expectativa que incluía fotografías de funcionarios que invitaban a mantener el secreto hasta la realización del evento masivo que se realizó en las instalaciones del INC, en donde junto a los

funcionarios del Instituto y el Dr. Peluche se presentaron los secretos al mismo tiempo que se invitaba a las mujeres y hombres a consumir frutas y jugos para la adopción de estilos de vida saludable.

Esta campaña conto con un despliegue de piezas, videos, fotografías, post e infografías para darle relevancia a uno de los tipos de esta enfermedad, priorizada como uno de los tipos de cáncer con mayor índice en el país.



Estadísticas de las publicaciones de los #3SecretosdeTocarte con el #DrPeluche, los funcionarios del INC y el programa de Radio con la Dra Sandra Díaz Coordinadora del Grupo de seno y tejidos blandos



Campaña para el uso de antibioticos





Campaña cuidate de los UV con el INC



Campaña Disfrazaton #HéroesDoradosINC



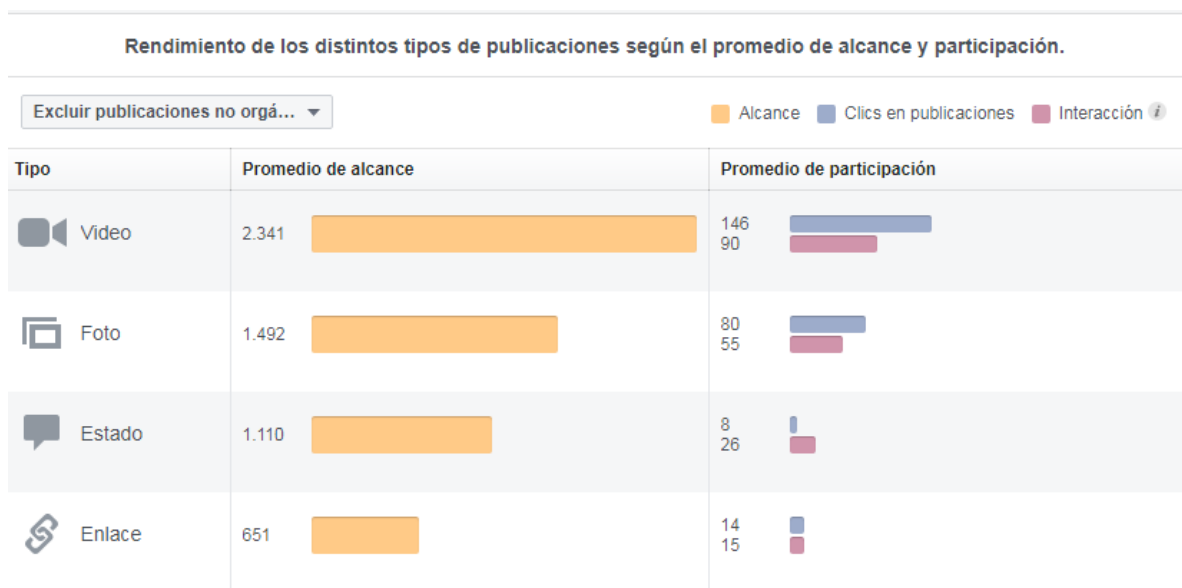
Campaña uso responsable de sal y azúcar



Estadísticas de las redes sociales del INC

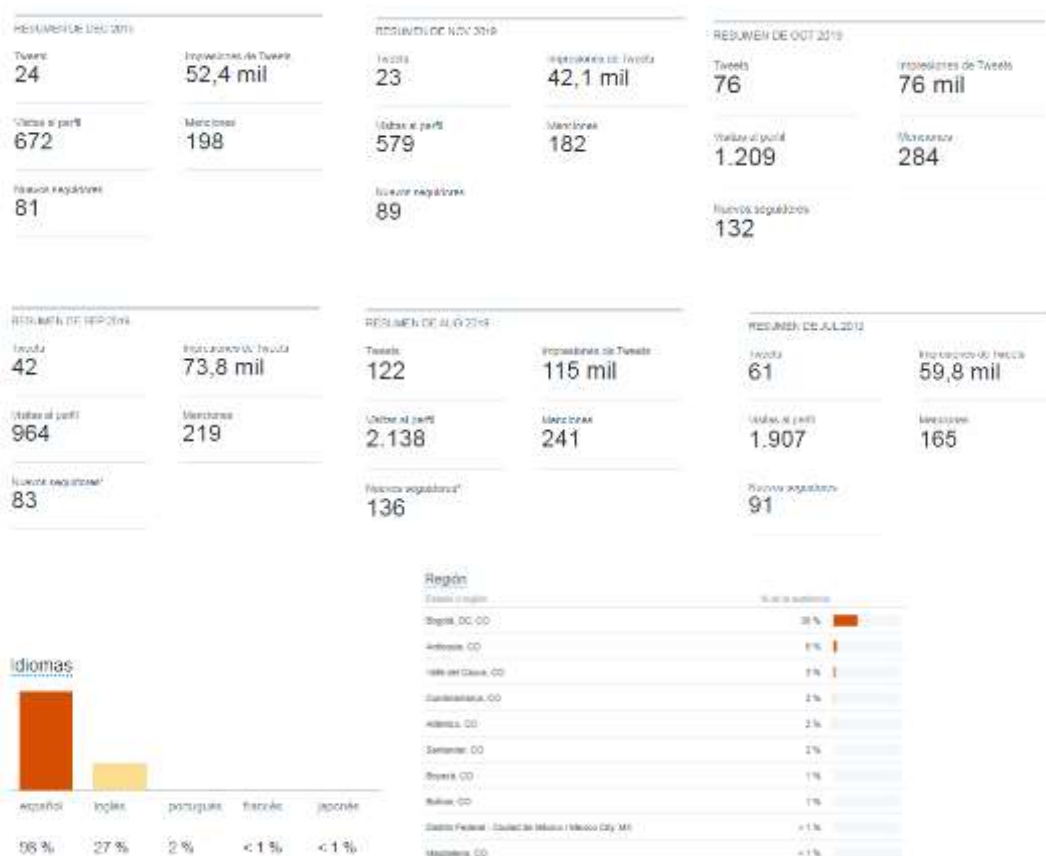


Número total de seguidores 2829 en Facebook



Rendimiento de los distintos tipos de publicaciones según el promedio de alcance y participación.





Referencias

- BBC. (2019). *Cambridge Analytica: la multa récord que deberá pagar Facebook por la forma en que manejó los datos de 87 millones de usuarios*. Redacción BBC Mundo .
- Cáceres Zapatero, M., Brändle, G., & Ruiz, G. (2013). Comunicación interpersonal en la web 2.0. Las relaciones de los jóvenes con desconocidos. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 45-68.
- Chorén, E. M. (15 de 12 de 2019). *Facebook, un monopolio que no lo es*. Obtenido de eldia.es: <https://www.eldia.es/economia/2019/10/28/facebook-monopolio/1020086.html>
- Fernandez, J. (2018). *La fuga de datos de Facebook afectó a casi 137.000 españoles*. Madrid: Unidad Editorial Información General, S.L.U.
- Lano, P. d., & Sánchez, Á. (2018). *Una fuga de datos de Facebook abre una tormenta política mundial*. Miami: Prisa.
- López, F. (1996). Definición y Clasificación del dolor. 49-56.
- Mejía, J. C. (2019). *ESTADÍSTICAS DE REDES SOCIALES 2019: USUARIOS DE FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, YOUTUBE, LINKEDIN, WHATSAPP Y OTROS*. WeAreSocial y Hootsuite.

- Mizrahi, D. (2018). *Cómo operó Cambridge Analytica en el Brexit: la otra elección manipulada con los datos de Facebook*. Buenos Aires: Infobae.
- Montero Ibáñez, R. (2005). Escalas de valoración del dolor. *Rev Jano*, 41, 44.
- Murillo, R., Wiesner, C., Acosta, J., Piñeros, M., Pérez, J. J., & Orozco, M. (2015). *Modelo de cuidado del paciente con cáncer*. Bogotá: Ediciones INC-Colombia.
- Srinivasan, D. (2019). The Antitrust Case Against Facebook: A Monopolist's Journey Towards Pervasive Surveillance in Spite of Consumers'. *Berkeley Bus. L.J.*, 39.
- We are Social y Hootsuite. (2019). *Digital 2019 Global Digital Overview*. New York: We are Social.