

Facebook refuerza su política contra la discriminación racial en sus anuncios

---

09/02/2017



En un comunicado oficial, la compañía liderada por Mark Zuckerberg desveló las modificaciones que ha afrontado, por ejemplo, para evitar que los filtros de publicidad en su red social se utilicen para dejar de lado a ciertos grupos étnicos o raciales.

De esta manera, Facebook tratará de identificar y rechazará los anuncios que ofrezcan vivienda, empleo u oportunidades de crédito que estén dirigidos explícitamente a un grupo étnico o racial, que en el caso de Estados Unidos se refiere a la población negra, asiática e hispana.

Asimismo, Facebook perfiló y definió de manera más concreta qué debe cumplir la publicidad en su red respecto a la tolerancia y la no discriminación.

"Los anuncios no deberán discriminar o alentar la discriminación contra personas basada en cualidades personales como la raza, la etnia, el color (de la piel), la nacionalidad, la religión, la edad, el sexo, la orientación sexual, la identidad de género, el estatus familiar, la discapacidad o la condición médica o genética", asegura la política de Facebook para los anuncios tras los últimos cambios.

Por último, las reglas de publicidad incluirán un enlace que proporciona información adicional sobre la política antidiscriminación de la compañía, así como recursos educativos al respecto provenientes de agencias

gubernamentales o grupos en defensa de los derechos civiles.

"Estamos contentos de ver a Facebook implementar normas fuertes para que los anunciantes de vivienda, crédito o empleo no usen la selección publicitaria de Facebook para excluir a ciertos usuarios. Las leyes de derechos civiles prohíben ese tipo de selección discriminatoria", dijo Rachel Goodman, abogada de la Unión para las Libertades Civiles en América (ACLU).

---