

Cambridge Analytica también usó datos de Twitter



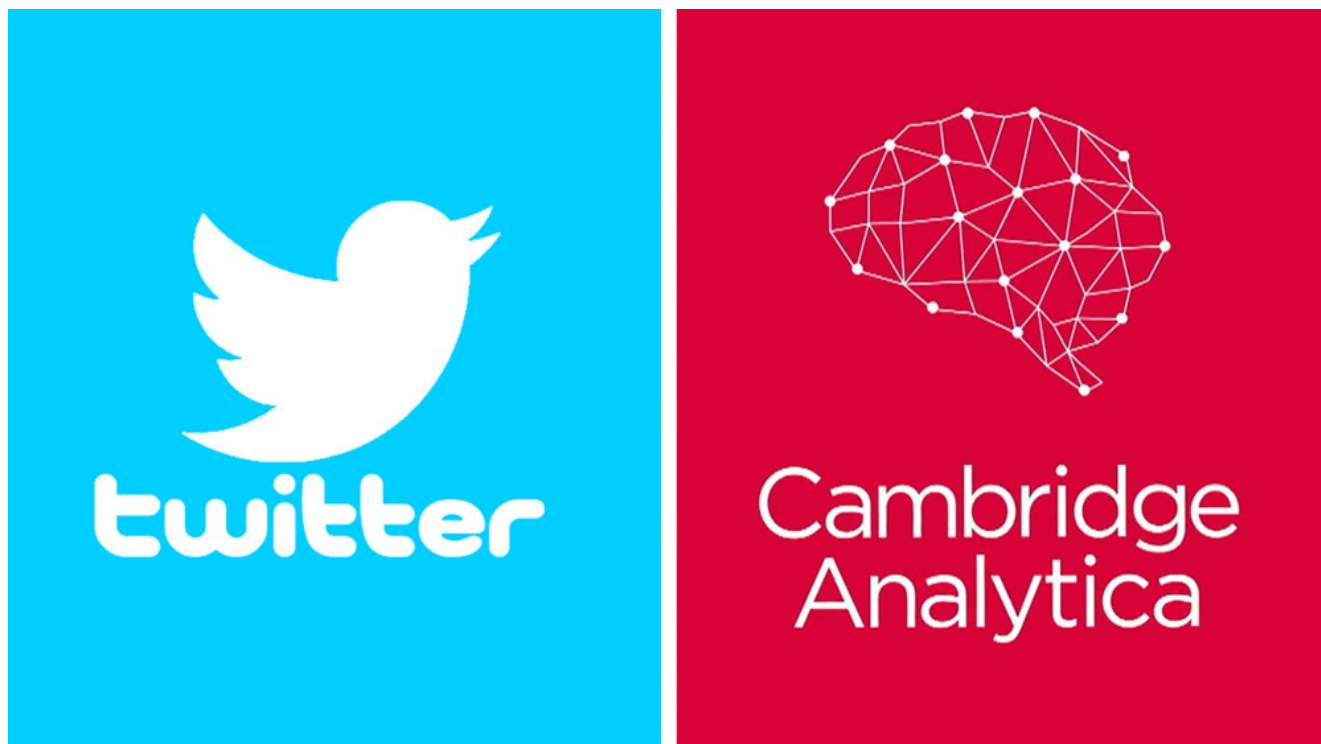
El creador de la encuesta 'camuflada' de Cambridge Analytica en Facebook, compró datos de Twitter en 2015.

El uso y recolección de información y datos personales es un tema que parecía no preocupar a casi nadie hasta el estallido del escándalo de Cambridge Analytica. Pero lo cierto es que este no ha sido el primer, ni será el último caso.

Cambridge Analytica ha dejado al descubierto hasta dónde se puede llegar en la manipulación de masas con tan solo conocer la información pública y los datos personales de millones de personas 'objetivo'. Pero la magnitud del escándalo puede ser aún mayor ya que según las últimas informaciones, Aleksandr Kogan, el creador de la polémica encuesta psicológica de CA, compró datos a Twitter para usarlos más tarde en los perfiles políticos de los votantes.

Esto ocurrió en 2015 mientras trabajaba en otra empresa

llamada Global Science Research, con un objetivo similar al de CA y con claros vínculos posteriores. Actualmente Twitter ha eliminado a Cambridge Analytica como anunciante.



Pero lo cierto es que existe una diferencia importante entre este método y la fórmula usada en Facebook. El caso Twitter permite utilizar herramientas (APIs) para analizar los tweets que son publicaciones abiertas, por lo que realmente cualquiera puede estudiar esta información y sacar conclusiones simplemente observando. Según afirma Twitter, nunca se accedió a información privada de los usuarios.

Mientras que en el caso de Facebook, no solo se engañó al usuario con un falso cuestionario, sino que fue necesaria cierta participación de la red social para poder acceder a los perfiles de usuario segmentados. Y eso sin contar que con la trama de Facebook también se podía acceder a la información y datos de los contactos cercanos, aunque no participasen en la encuesta.

Sin embargo el uso de datos de Twitter pone de manifiesto varias cosas. Por un lado que toda la información que una persona hace pública puede (y es) recopilada y analizada por

alguna empresa en alguna parte del mundo con fines aún por determinar. Por otro que ninguna empresa ofrece nada gratis, y si ofrece un servicio sin cobrarte a ti, es porque se lo cobra a otro. Y por lo tanto tu eres el producto que vende.

Fuente: clipset.