

ReasonWhy.



El escándalo de Facebook y Cambridge Analytica

Libro de conocimiento 001 · Marzo 2018 # Investigación y redacción por Raquel Ríos

"Aunque no será fácil, puedes arreglarlo. Las empresas tienen que trabajar con gobiernos, activistas, académicos y usuarios para asegurar que las plataformas sirven a la humanidad".
Tim Berners-Lee, Inventor de World Wide Web, a Mark Zuckerberg,

ÍNDICE

- La exclusiva #2
- ¿Qué ocurrió realmente? #3-5
- Conexión Cambridge Analytica-Trump #6-7
- El tercer elemento #8-9
- La huída #10
- Aspectos legales #11
- Diferentes versiones #12
- ¿Cómo han gestionado la crisis desde Facebook? #13-16
- ¿Ha estado Facebook mirando para otro lado? #17-19
- Reacciones #20
- Consecuencias #21-30
- Malditos idiotas #31
- ¿A quién le puede interesar la caída de Facebook? #32
- Reflexiones finales #33
- Nota para el lector #34

La exclusiva

El 17 de marzo, *The New York Times* y *The Observer*, la edición dominical del británico *The Guardian*, publican una exclusiva que hace tambalear **Facebook**.

Los datos **personales** de 50 millones de usuarios de la red social fueron filtrados y usados por la empresa británica **Cambridge Analytica** para, supuestamente, influir en la campaña política de Donald Trump en Estados Unidos y del Brexit en el Reino Unido.

Dos días después, el canal británico *Channel 4* emite las grabaciones con cámara oculta del entonces Director Ejecutivo de Cambridge Analytica, Alexander Nix, en las que presume de haber contribuido a la victoria de **Trump** en 2016.

The New York Times



TheObserver

¿Qué ocurrió realmente?



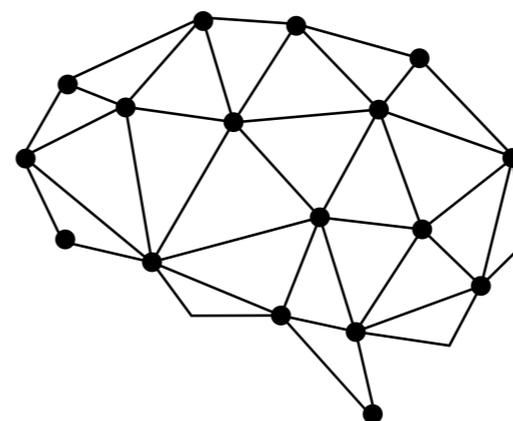
El psicólogo ruso-americano **Alexandr Kogan**, catedrático en la Universidad de Cambridge, desarrolló una **aplicación** para acceder a información personal de los usuarios en redes sociales con supuestos fines académicos, pero en realidad se acabó usando para influenciar su voto en procesos electorales.

"This is your digital life" es el nombre de la aplicación con la que se recolectaron gustos, ambiciones e intereses de **50 millones de usuarios** de Facebook. De ellos sólo 270.000 habían dado su consentimiento expreso a ceder datos de su personalidad con fines académicos a cambio de una compensación económica. Todos los demás usuarios formaban parte de su red de amigos y Kogan y su empresa, Global Science Research (GSR), accedieron a su información sin consentimiento.

¿Qué ocurrió realmente?

Como resultado, Kogan se hizo con datos de personalidad (sexo, lugar de residencia, redes de amigos, los "me gusta"...) de 50 millones de usuarios de Facebook. La cifra equivale a un tercio de los usuarios activos estadounidenses y casi una cuarta parte de los votantes potenciales en las elecciones de 2016.

Kogan compartió estos datos con Cambridge Analytica, empresa contratada para ayudar en la campaña electoral de Donald Trump, y guardó una copia para su propia investigación.



Cambridge Analytica

¿Qué ocurrió realmente?

Un periodista encubierto de *Channel 4* consiguió reunirse entre noviembre de 2017 y enero de 2018 con el entonces **Director Ejecutivo de Cambridge Analytica**, Alexander Nix. Haciéndose pasar por un adinerado cliente que esperaba conseguir candidatos en Sri Lanka, el periodista mantuvo reuniones con Nix durante 4 meses en hoteles de Londres. Grabó sus encuentros con cámara oculta y de sus conversaciones extrajo **titulares** como estos:



Alexander Nix

"Nos encargamos de toda la campaña digital y de televisión. Nuestros datos sirvieron para establecer toda la estrategia de Trump"

"Usamos correos electrónicos configurados con un temporizador de autodestrucción. No hay evidencia, no hay rastro de papel"

"Enviar chicas (prostitutas) a la casa del candidato funciona muy bien"

CONEXIÓN

Cambridge Analytica - Trump

Cambridge Analytica es especialista en conseguir datos para llegar a los votantes con **mensajes hiper-dirigidos**. Los responsables de campaña de Trump la contrataron, precisamente, para mejorar el alcance de sus mensajes.



Robert Mercer

Se da la circunstancia de que **Steve Bannon**, ex gerente de campaña de Trump, había sido socio de la empresa.

El donante republicano y uno de los hombres más ricos del mundo, **Robert Mercer**, también invirtió 15 millones de dólares en la empresa de la que su hija Rebekah forma parte como miembro de la Junta Directiva.



Steve Bannon

CONEXIÓN

Cambridge Analytica - Trump



Durante la campaña de Trump, Cambridge Analytica diseñó audiencias objetivo para **anuncios digitales**, compró 5 millones de dólares en spots de televisión y se encargaba de determinar a dónde debía viajar el candidato republicano para conseguir el mejor apoyo. Estrategias todas con un presunto objetivo común: **modelar la participación** de los votantes estadounidenses en las elecciones de 2016.

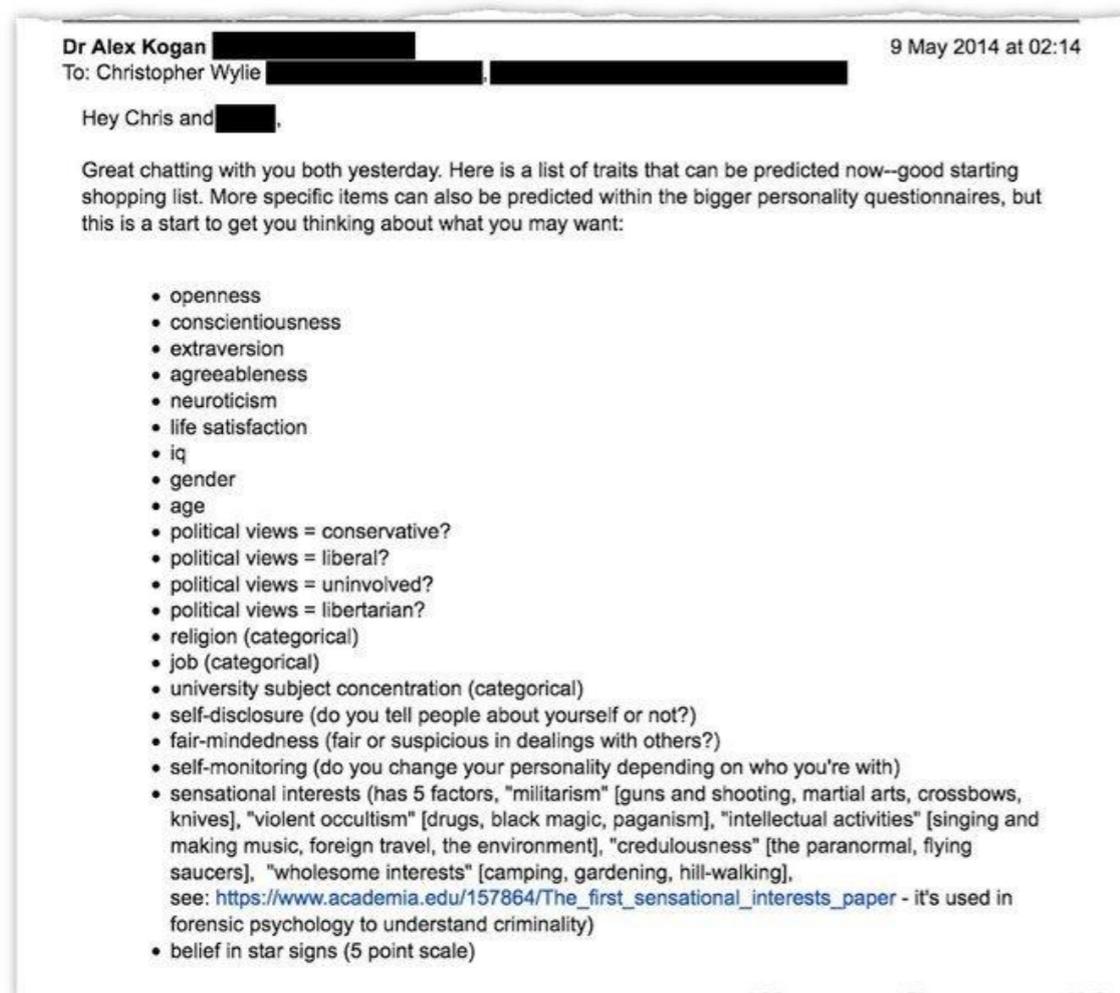
El tercer elemento



Wylie, el cerebro que hay detrás del escándalo de la filtración de Facebook.

Tiene 28 años y es un genio de la informática desde muy joven. En 2014 conoció a [Bannon](#)  cuando ya había colaborado con Obama y con el Partido Liberal Demócrata británico. Entonces Wylie trabajaba en usar **rasgos psicológicos** inherentes de la personalidad para afectar el comportamiento de los votantes. Para ello, había reunido a un equipo de psicólogos y científicos de datos, algunos de ellos de la Universidad de Cambridge, que fueron capaces de mapear rasgos de personalidad en función de los “me gusta” en Facebook.

El tercer elemento



El doctor [Kogan](#) conocía estas técnicas y en 2014 comenzó a recopilar datos para Cambridge Analytica. Información sobre **ideología política**, profesión o creencias religiosas de 50 millones de usuarios de **Facebook** de las que hablan Kogan y Wylie en este mail al que ha tenido acceso *The New York Times*.

La huída...

A principios de 2015, **Wylie** y gran parte de su equipo abandonaron **Cambridge Analytica**. La mayoría eran de tendencia liberal y se habían desencantado de trabajar en nombre de los candidatos más duros que favorecían a la familia [Mercer](#).

¿Tenía Wylie motivos para huir?

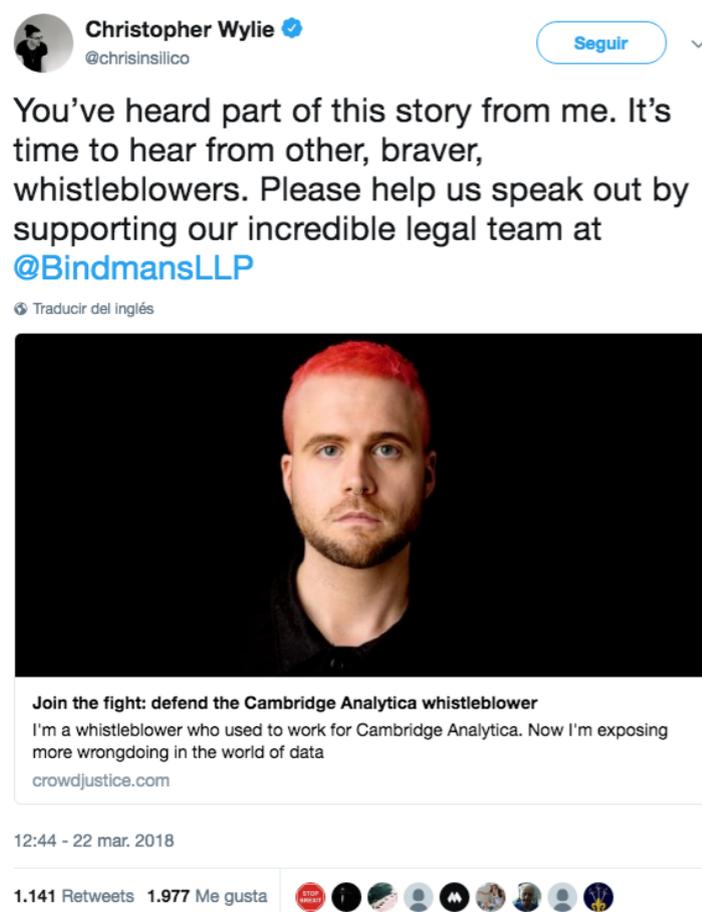


ASPECTOS LEGALES

Por un lado, la **ley electoral estadounidense** limita la participación de ciudadanos extranjeros en las elecciones del país. Esto implica que la toma de decisiones en relación con los mensajes de la campaña de Trump y los gastos tienen que hacerlas ciudadanos estadounidenses. Pero Cambridge Analytica es una empresa británica y su Director Ejecutivo también, mientras que Wylie es canadiense. **Cambridge Analytica** argumenta que contrataron a ciudadanos estadounidenses para trabajar en la carrera electoral y cumplir con la ley. Sin embargo, dos antiguos empleados han contado que la mayoría de los **científicos de datos** de la compañía eran ciudadanos del Reino Unido y otros países europeos.

Por otro, la [política de privacidad de Facebook](#) establece que, al crear una cuenta en la red social, los usuarios aceptan que la compañía pueda recopilar sus datos durante tanto tiempo como considere necesario. El **data** se usa para *“mejorar los servicios y sistemas de publicidad”* dentro de la red social. Y Facebook los comparte con **aplicaciones** y sitios web de terceros integrados en su plataforma. En principio, estas empresas sólo tienen acceso a datos de carácter general, pero en ciertos casos se puede acceder a características más concretas de los usuarios. Esto es, precisamente, lo que pudo haber pasado con la aplicación desarrollada por Alexandr Kogan y Cambridge Analytica.

Diferentes versiones



“He creado un arma de guerra psicológica para el asesor de Trump. Desconocía para qué se usaba mi descubrimiento y me arrepiento profundamente de lo que hice”

Wylie asegura que todavía quedan partes de esta historia por contar. Ha puesto en marcha un **crowdfunding** en el que pide contribuciones económicas que ayuden a los demás protagonistas a contar lo que saben. Asegura que este **apoyo económico** es necesario para afrontar los riesgos legales que supone *“poner remedio a algunas violaciones sobre el uso del data que están poniendo en peligro las democracias de todo el mundo”*. Al cierre de este libro, ya había conseguido más de 6.000 libras.



Alexandr Kogan:
“Me siento un chivo expiatorio”



Cambridge Analytica:
“No hemos utilizado datos de Facebook durante la campaña de Trump”

¿Cómo han gestionado la crisis desde Facebook?



Mark Zuckerberg
21 de marzo a las 12:36 · Menlo Park, Estados Unidos · 🌐

I want to share an update on the Cambridge Analytica situation -- including the steps we've already taken and our next steps to address this important issue.

We have a responsibility to protect your data, and if we can't then we don't deserve to serve you. I've been working to understand exactly what happened and how to make sure this doesn't happen again. The good news is that the most important actions to prevent this from happening again today we have already taken years a...

[Seguir leyendo](#)

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

👍❤️😱 207 mil [Comentarios destacados](#) ▼

61.650 veces compartido

... Mark Zuckerberg, **CEO y Fundador de Facebook**, tardó 72 horas en dar explicaciones. El tiempo que, según sus palabras, ha necesitado para “*comprender la situación*”. En un intento de demostrar la seguridad de su propia red social entonó el [mea culpa](#):

"Tenemos la responsabilidad de proteger tus datos y si no podemos hacerlo, entonces no merecemos servirte"

"Las acciones más importantes para evitar que esto se repita se adoptaron hace años aunque es cierto que hay más por hacer"

¿Cómo han gestionado la crisis desde Facebook?

Horas después de publicar su comunicado en Facebook, Zuckerberg dio la cara en la *CNN*:

"Lamento muchísimo lo que ha ocurrido. Hemos cometido un error, pero nos aseguraremos de no volver a cometerlo"

"Haremos una investigación completa de cada app que tiene acceso a gran cantidad de datos y, si vemos algo sospechoso, se auditará"

"Me gustaría revisar la regulación de transparencia publicitaria"

"Estaré feliz de testificar en el Congreso de Estados Unidos y en el Reino Unido"



¿Cómo han gestionado la crisis desde Facebook?

El equipo de Facebook también se defiende



Paul Grewal, **VP & Deputy General Counsel de Facebook**, ha asegurado a través del [blog oficial de la compañía](#) que: *"Proteger la información de las personas es el corazón de todo lo que hacemos"*.

Sobre el caso de Cambridge Analytica, ha añadido: *"No se infiltraron sistemas y no se robaron ni piratearon contraseñas ni piezas de información delicadas"*. Aún así: *"Es un abuso grave de nuestras reglas"*.

¿Cómo han gestionado la crisis desde Facebook?

El Jefe de Seguridad no dejará su puesto de trabajo



Los rumores apuntaban a que Alex Stamos, Jefe de Seguridad de Facebook, había dejado su cargo después del escándalo. Sin embargo, él mismo ha confirmado que sigue plenamente involucrado en su trabajo con la compañía.



Alex Stamos ✓

@alexstamos

Seguir

Despite the rumors, I'm still fully engaged with my work at Facebook. It's true that my role did change. I'm currently spending more time exploring emerging security risks and working on election security.

Traducir del inglés

0:22 - 20 mar. 2018

921 Retweets 1.682 Me gusta



396 921 1,7K

¿Ha estado Facebook mirando para otro lado?

The Guardian ya había dado el primer aviso en 2015

En 2015, *The Guardian* publicó un informe en el que ya advertía de que el candidato republicano Ted Cruz había pagado a **Cambridge Analytica** para recopilar perfiles psicológicos sobre potenciales votantes en base a su actividad en Facebook y así poder tener una ventaja electoral sobre sus rivales republicanos. Entre ellos el propio Donald Trump.

Ted Cruz using firm that harvested data on millions of unwitting Facebook users

Exclusive: Documents reveal donor-funded US startup embedded in Republican's campaign paid UK university academics to collect psychological profiles on potential voters



Supuestamente, la compañía de **microtargeting de comportamiento** obtuvo gran parte de esta información sin el consentimiento de millones de usuarios de Facebook. En compensación recibió más de 3 millones de dólares de las arcas republicanas.

¿Ha estado Facebook mirando para otro lado?



En ese momento, Facebook contactó con el Dr. [Kogan](#) y Cambridge Analytica. Desde la compañía de Zuckerberg, el **VP de Facebook**, [Paul Grewal](#), defendió que esa información se obtuvo sin permiso y aseguró que tanto Kogan como Cambridge Analytica les habían certificado que **destruyeron los datos** cuando se lo pidieron.

Sin embargo, la prueba de que el data de los usuarios de Facebook no se ha borrado y además se mantuvo fuera del control de la **tecnológica** es el escándalo que acaban de destapar *The New York Times* y *The Observer*.

¿Ha estado Facebook mirando para otro lado?



Diversas fuentes aseguran que Facebook sabía con anterioridad que tanto *The New York Times* como *The Observer* iban a publicar la exclusiva sobre las **filtraciones de datos** de usuarios de su plataforma.

Para protegerse, Facebook hizo dos cosas:

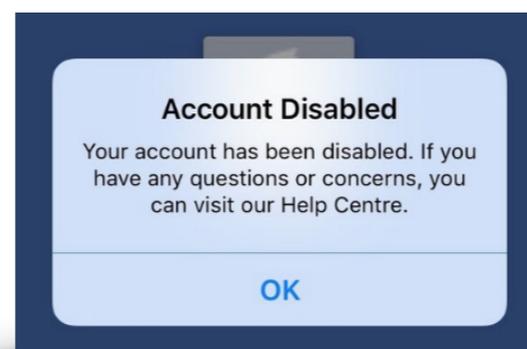
- Enviar una carta a los medios explicando que la filtración no constituía una “violación” de su **política de privacidad**
- Usar su blog oficial para dar la “exclusiva” ellos mismos y explicar que suspendían a Cambridge Analytica de la red

Ambas estrategias fracasaron.

REACCIONES

De los últimos días...

El propio **Wylie** confirmaba que Facebook le había suspendido su cuenta *“por denunciar algo que la compañía conocía desde hace 2 años”*.



Boz, **VP AR/VR at Facebook**, ha confirmado que también han suspendido la página de Cambridge Analytica.

Carole Cadwalladr, reportera en *The Observer* y responsable de publicar la exclusiva de Facebook, ha denunciado haber recibido amenazas por parte de la red social.



Carole Cadwalladr
@carolecadwalla

Seguir

Facebook instructed external lawyers and warned us we were making 'false and defamatory' allegations. Today they said it was not correct to call this a data breach. We are calling it a data breach.

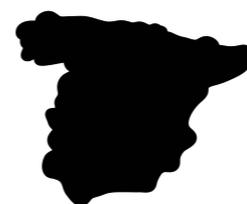
The New York Times ha confirmado que también recibió una carta de Facebook, pero no la considera una amenaza legal.

CONSECUENCIAS

Antes de seguir, conviene hacer la foto fija de Facebook para conocer detalles como que, si fueses un país, sería el más poblado del mundo. La compañía es propietaria -entre otras muchas empresas- de Instagram y WhatsApp y tiene una valoración bursátil de 500.000 millones de dólares. **Desde su fundación en 2004, la red social cuenta con:**



- 25.105 empleados
- 1.400M de usuarios activos diarios
- 2.130M de usuarios activos mensuales



- 17M de usuarios activos diarios
- 23M de usuarios activos mensuales

Consecuencias Político-Sociales

- El Congreso de Estados Unidos y los Parlamentos británico y europeo han citado a declarar a Mark Zuckerberg
- Las fiscalías de Nueva York, Massachusetts y Nueva Jersey han iniciado investigaciones
- Varios ciudadanos estadounidenses han **demandado** a Facebook por los daños causados
- Lo sucedido ha provocado una crisis de confianza sobre el modelo de negocio del data. Algunos ya lo llaman el **datagate**
- Alexander Nix ha quedado suspendido de su cargo en Cambridge Analytica



Antonio Tajani

@EP_President

Seguir

We've invited Mark Zuckerberg to the European Parliament. Facebook needs to clarify before the representatives of 500 million Europeans that personal data is not being used to manipulate democracy.

Traducir del inglés

16:32 - 20 mar. 2018

1.841 Retweets 2.879 Me gusta

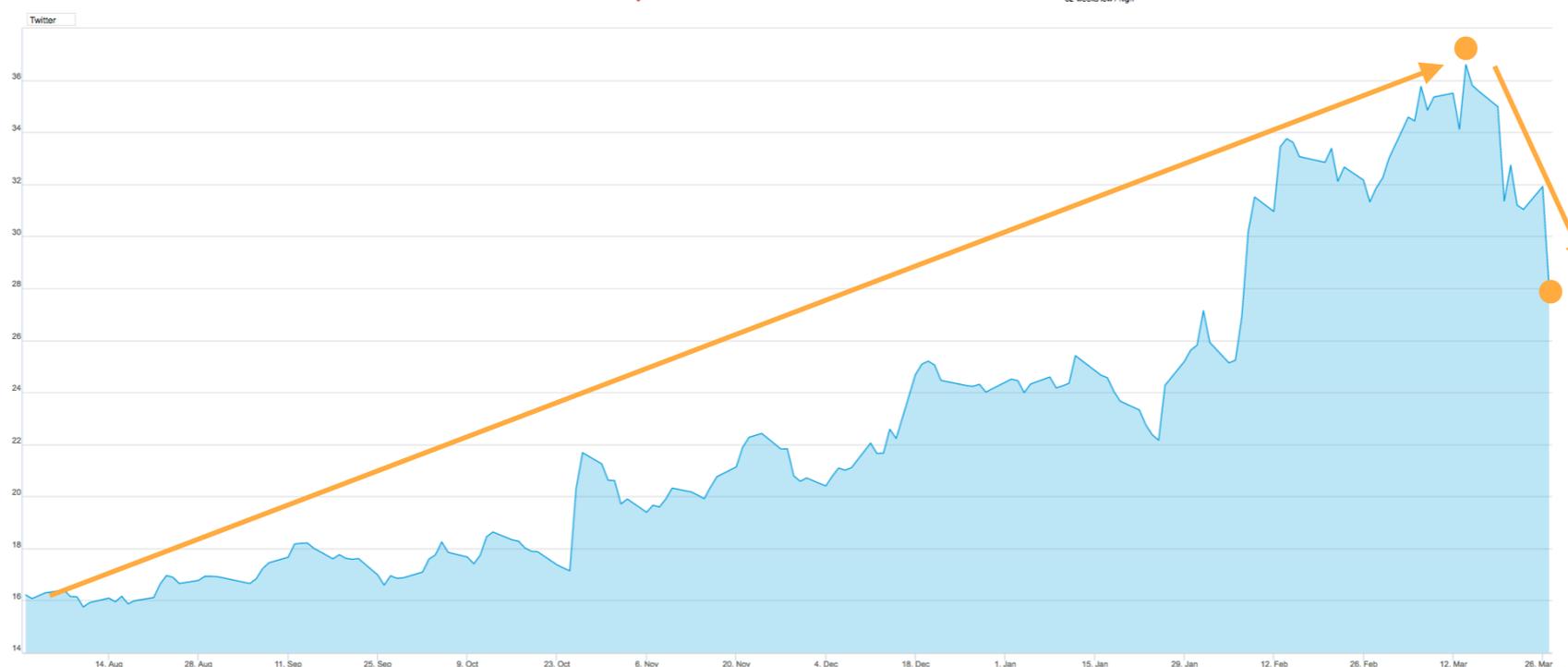


163 1,8K 2,9K

Consecuencias Económicas

- Facebook ha caído un 14% en **bolsa** en una semana. Pérdidas que ya acumulan más de 50.000 millones de dólares o casi el 10% de su valor en el mercado
- Aunque no se puede adjudicar toda la responsabilidad a Facebook, la Bolsa americana en conjunto ha caído arrastrada por esta situación en la que ha sido la **peor semana de Wall Street** desde enero de 2016
- Si se demuestra que Facebook violó las leyes de protección de datos que prohíben la venta a terceros, la compañía podría enfrentarse a una multa de 2 billones de dólares (40.000 dólares por usuario)
- Un número no revelado de **accionistas** de Facebook también han demandado a los máximos responsables de la compañía. Reclaman las pérdidas financieras derivadas de la caída en bolsa y acusan a la compañía de hacer declaraciones "*materialmente falsas y engañosas*" al no revelar que había permitido a terceros el acceso al data de millones de usuarios
- El banco escandinavo Nordea, el mayor en los países nórdicos y bálticos, ha prohibido de forma temporal a los administradores de sus fondos de inversión que compren acciones de Facebook

Desplome de Twitter



Doce años después de su creación, **Twitter** cerraba con un beneficio de 91 millones de dólares el último trimestre de 2017. Un crecimiento que ha animado la confianza de los inversores en bolsa. En agosto de 2017 la acción de Twitter cotizaba a 16,2\$, seis meses después (13 de marzo de 2018), alcanzaba la cifra de 36,6 dólares (+125%) Un ascenso que según varios analistas debería haber continuado de no haber sido por el **escándalo de Facebook** que arrastró al resto de valores de Wall Street.

Al cierre de este libro, la acción de Twitter se vende a 28\$ (-23%).

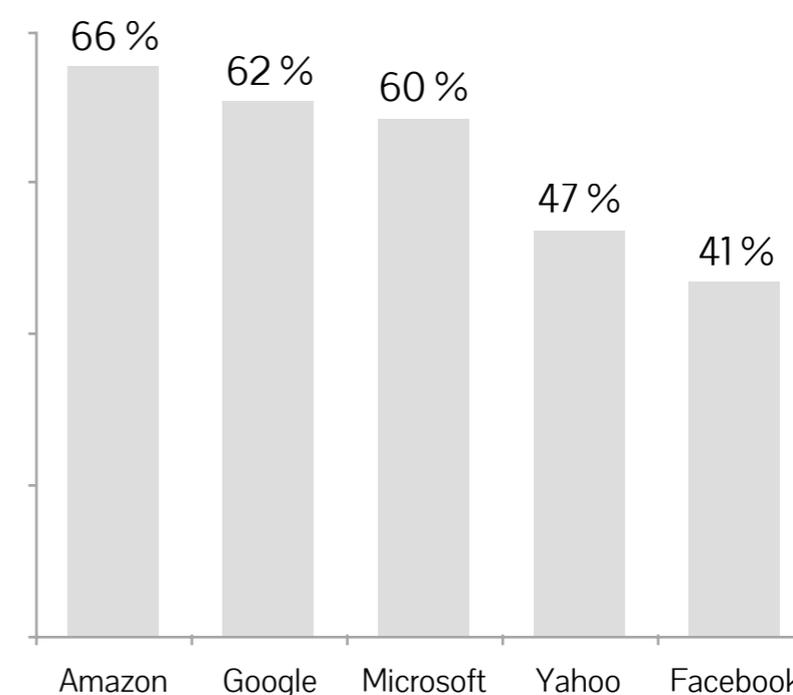
Caída de la confianza

Según un **estudio** de *Reuters*, desde que ha salido a la luz la filtración de datos, la confianza de los usuarios en Facebook se ha desplomado.

Menos de la mitad de los estadounidenses (el 41%) confía en que la red social de Zuckerberg cumple con las **leyes de privacidad** de Estados Unidos. Según esta encuesta, tras el escándalo de Cambridge Analytica, los usuarios confían en que rivales de Facebook como Amazon, Google, Microsoft y Yahoo protegen mejor sus datos personales.

NIVEL DE CONFIANZA EN LA PROTECCIÓN DE DATOS (EEUU)

Data Presented by Reason Why from Reuters/Ipsos



Caída de la confianza

Reforzar la **confianza** es, precisamente una de las prioridades tanto de Zuckerberg como de la **Jefa de Operaciones de Facebook**, Sheryl Sandberg: *“Se trata de una cuestión de confianza. Sabemos que este es un momento crítico para nuestra empresa”*.

En este sentido, el **CEO de Facebook** ha firmado un anuncio a toda página en varios diarios británicos, incluido *The Observer*, en el que insiste en la frase de su primer comunicado en Facebook: *“Tenemos la responsabilidad de proteger sus datos. Si no podemos hacerlo, no nos la merecemos”*.



Estampida de Anunciantes

De fondo, está el tema de la **publicidad dirigida**, una de las razones por las que Facebook y otras compañías recopilan data de los usuarios. Estas empresas ofrecen su plataforma de manera gratuita a los usuarios y a cambio venden sus datos a los **anunciantes** para que éstos puedan entregar publicidad a medida. Destapado el escándalo, el 63% de los encuestados por *Reuters* ha dicho que le gustaría ver publicidad “*menos dirigida*” en el futuro.

Y la estampida de los primeros anunciantes ya es un hecho:



Mozilla, matriz del navegador Firefox, pausará su publicidad momentáneamente y dejará de publicar en su página: “*Nos estamos tomando un descanso de Facebook*”



El banco alemán **Commerzbank** dejará de anunciarse en Facebook temporalmente

SONOS  **accessnow**

Sonos, fabricante de aparatos electrónicos, también ha detenido su publicidad en Facebook, Instagram, Twitter y Google. Donará el dinero a Access Now, ONG que defiende los derechos digitales de los usuarios en todo el mundo

I S B A

Las 3.000 marcas ligadas a **ISBA** (organismo que representa a los principales anunciantes del Reino Unido) amenazan con dejar de anunciarse en la red social si Zuckerberg no ofrece garantías

#DeleteFacebook

La polémica ha llevado a miles de usuarios a pedir boicot a Facebook a través del hashtag **#DeleteFacebook** (Borrar Facebook), una etiqueta que ha sido **trending topic** en Twitter



El propio **Cofundador de WhatsApp**, Brian Acton, tuiteó "It is time. #deletefacebook". Eso 4 años después de que Facebook comprase su compañía por 20.000 millones de dólares.

#DeleteFacebook

El **Fundador de Tesla y Space X**, Elon Musk, ha respondido al tuit del Cofundador de WhatsApp con ironía preguntando "What's Facebook? (¿Qué es Facebook?". Cuando le han pedido que borrarse las páginas de Facebook de sus empresas (con 2,6 millones de seguidores), [Musk ha aceptado](#). Y ha aclarado que ninguna de sus compañías se ha anunciado nunca en Facebook.



#DeleteFacebook

Otras **marcas** como Dr. Oetker Pizza también se han posicionado con el hashtag #DeleteFacebook e incluso algunos **personajes públicos**. Es el caso de la actriz **Mia Farrow**



MALDITOS IDIOTAS

Según publicó *Business Insider* en 2010, Zuckerberg llamó “*malditos Idiotas*” a los primeros **4.000 usuarios de Facebook** que en 2004 (cuando el Fundador de la red social sólo tenía 19 años) confiaron en él y le dieron sus datos. Aunque lo hizo en una conversación privada con un colega de la universidad y en tono de humor, la hemeroteca no ayuda ahora que la **privacidad** en Facebook se ha puesto en entredicho. El **contenido de la conversación** era el siguiente:

- Zuckerberg:

“Si alguna vez necesitas información sobre alguien en Harvard, sólo pregunta. Tengo más de 4 mil correos electrónicos, fotos, direcciones, redes sociales”.

- [Amigo de Zuckerberg]:

“¿Qué? ¿Cómo conseguiste eso?”

- Zuckerberg:

“La gente simplemente lo envió. No sé por qué. Ellos confían en mí. Malditos idiotas”.



¿A quién le puede interesar la caída de Facebook?

El **data** es el petróleo del siglo XXI y Facebook es, junto con Google, una de las empresas más valiosas de la nueva era digital que marcará el futuro de la **economía**. Este escándalo puede ser un duro golpe para su modelo de negocio y detrás de él podrían estar múltiples agentes con posibilidades de salir beneficiados de este asunto.

Entre ellos, los propios **medios de comunicación**, "víctimas", en cierta manera, de los cambios que Facebook ha introducido en su algoritmo en los últimos meses. Y es que, la decisión de mostrar más publicaciones de personas en Facebook y menos de medios, ha afectado a la redirección de tráfico a las webs de noticias con las consecuencias que ello puede tener para los contratos publicitarios de los medios.

Reflexiones finales

Este escándalo nos deja varias reflexiones y dudas:

- ¿Ha estado la **democracia** secuestrada por el poder del data?
- ¿Se resentirá el modelo de negocio de las redes sociales?
- ¿Es posible recuperar la **confianza** perdida de los usuarios online?
- ¿Conseguirá la justicia asumir el reto que presenta la digitalización del sistema?
- ¿Es la microsegmentación una peligrosa arma de doble filo?
- ¿Tendrá otras funciones Trump además de convocar gabinetes de crisis?
- ¿Qué otras cosas estarán haciendo sin que el pueblo sepa nada?
- ¿Les hemos dado el control del planeta a las empresas digitales?

Sean cuales fueren las respuestas a estas preguntas, lo que está claro es que el **escándalo de Facebook** ha marcado un antes y un después en cuanto a la privacidad online. En este caso, además, mancillada con fines políticos.

Nota para el lector:

Los libros de conocimiento son un producto innovador de Reason Why, uno de los Marketing Trade Media en español más leídos e influyentes.

El objetivo de esta publicación en formato ebook es arrojar luz sobre temas de actualidad con trascendencia para la industria del Marketing y la Economía Digital.

Frente al goteo de información que en ocasiones despista al lector incapaz de hacer un seguimiento al detalle sobre un tema en desarrollo, **los libros de conocimiento** pretenden servir de resumen aunando perspectivas, protagonistas y consecuencias del mismo.

Como único autor de esta publicación, Reason Why se reserva los derechos de publicación y difusión de la misma.

ReasonWhy.

A close-up photograph of a person's lower legs and feet. They are wearing white socks with the Facebook logo printed on the side and black and white striped sandals. The person is standing on a blue carpet. The background is a solid blue color.

El escándalo de Facebook y Cambridge Analytica

Libro de conocimiento 001 · Marzo 2018 # Investigación y redacción por Raquel Ríos