

---

Facebook manipuló la participación electoral en EE.UU.

04/11/2014



Facebook manipuló las noticias de casi dos millones de usuarios estadounidenses durante las elecciones presidenciales de 2012 sin que ellos lo supieran. La manipulación condujo a un aumento del 3% en el número de votantes.

Durante los tres meses previos a la jornada electoral presidencial en EE.UU. en 2012, Facebook modificó la sección de noticias de 1,9 millones de usuarios estadounidenses compartiendo mensajes de noticias destacadas de actualidad subidas por sus amigos en lugar de los habituales mensajes personales, informa 'Mother Jones'.

El efecto se hizo sentir más por los usuarios ocasionales de Facebook que, según el estudio, prestaron más atención al Gobierno motivados por este tipo de informaciones. Facebook no advirtió a sus usuarios sobre este experimento psicológico, pero efectivamente logró aumentar el número de votantes en un 3%.

Según Michael Buckley, vicepresidente de comunicación global de negocios en Facebook, el objetivo de esta prueba fue ver cómo reaccionaban los usuarios ante las secciones de noticias destacadas de actualidad.

Sin embargo, no es la primera vez que Facebook realiza experimentos psicológicos sobre sus usuarios sin su

conocimiento. En junio pasado, por ejemplo, manipuló las emociones jugando con los sentimientos de 689,003 usuarios seleccionados al azar mediante el cambio del contenido de su sección de noticias.

---