



Facebook informó que los anuncios en la red social vinculados a Rusia fueron vistos por 10 millones de usuarios

Masterhacks - La red social Facebook detalló los datos sobre los anuncios con vínculos con Rusia, que fueron puestos en circulación durante la campaña electoral de 2016 en Estados Unidos.

Alrededor de 10 millones de usuarios de Facebook vieron anuncios rusos vinculados a su servicio durante la campaña electoral, informó este lunes la red social.

Un 44% de los anuncios se vio antes de las elecciones, mientras que el 56% se vio después, afirmó Elliot Schrage, vicepresidente de la compañía de políticas y comunicaciones, en un blog de la empresa.

Estas cifras figuran entre los datos compartidos por Facebook con el Congreso acerca de las preocupaciones de los anuncios y cómo pueden haber influido en las elecciones presidenciales de 2016.

«La mayoría de los anuncios parecen enfocarse en mensajes sociales y políticos divisivos a través del espectro ideológico, tocando temas desde asuntos LGBT a asuntos de raza, inmigración y derechos a las armas», escribió Schrage. «Una serie de ellos parecen animar a la gente a seguir las páginas sobre estos temas».

Esta información llega un mes después de que Facebook afirmara que identificó unas 500 «cuentas falsas» que compraron anuncios por valor de 100,000 dólares, que apuntaban a temas sociales altamente politizados como la migración, las armas y los derechos LGBT.

Facebook envió registros de los anuncios a investigadores del gobierno en busca de la supuesta intromisión de Rusia en las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos.

Esta información que Facebook proporcionó marca un nuevo giro en la investigación de Rusia, que ha planteado ciertos problemas durante la elección del presidente Donald Trump, la participación de sus hijos y las acciones de su personal.



Facebook informó que los anuncios en la red social vinculados a Rusia fueron vistos por 10 millones de usuarios

Schrage reveló también que algunos de los anuncios fueron pagados en moneda rusa, pero afirmó que por sí solo no era una manera efectiva de identificar el comportamiento sospechoso.

«La abrumadora mayoría de los anunciantes que pagan en moneda rusa, como la abrumadora mayoría de las personas que acceden a Facebook desde Rusia, no están haciendo nada malo», agrega Schrage. «Usamos esto como una señal para ayudar a identificar estos anuncios, pero no fue la única señal».