Twitter prohibirá la publicidad política a partir de noviembre

30/10/2019

El anuncio se dio a conocer en medio de una controversia en curso sobre la decisión de otro gigante tecnológico, Facebook, de permitir la desinformación en la publicidad política, una medida denunciada por figuras demócratas en las últimas semanas.

'Hemos tomado la decisión de detener toda la publicidad política en Twitter a nivel mundial. Un mensaje político gana alcance cuando las personas deciden seguir una cuenta o retuitear. Pagar por el alcance elimina esa decisión, forzando mensajes políticos altamente optimizados y dirigidos a las personas', escribió Dorsey en su propia plataforma.

Creemos que esta decisión no debe verse comprometida por el dinero, apuntó el ejecutivo de Twitter con sede en Estados Unidos, quien sostuvo que la postura de Twitter en lo adelante será que 'el alcance del mensaje político debe ganarse, no comprarse'.

Adelantó que el venidero 15 de noviembre dará a conocer su política final al respecto, la cual entrará en vigor el 22 de ese mes e incluirá algunas excepciones, como la relacionada con la posibilidad de publicar publicidad sobre los registros para votar.

La decisión de Twitter se difundió cuando Facebook, una plataforma que promueve un volumen mucho mayor de publicidad digital, está envuelta en una gran polémica sobre sus propias reglas con relación a los anuncios políticos.

Tal controversia comenzó a principios de este mes después de que esa red social declinó eliminar un anuncio de la campaña de reelección del presidente Donald Trump dirigido a atacar al exvicemandatario y candidato demócrata a la Casa Blanca Joe Biden, sobre el cual varias figuras notaron que contenía acusaciones infundadas.

La senadora y también aspirante demócrata a la Casa Blanca Elizabeth Warren acusó entonces al fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, de dirigir una 'máquina de desinformación con fines de lucro', y cientos de empleados de la compañía le enviaron una carta para pedirle que reconsidere cómo la red social trata los anuncios políticos.

En lo que fue visto como una referencia velada a Zuckerberg, Dorsey dijo esta tarde que la lucha contra la desinformación en línea se ve obstaculizada si las compañías de tecnología aceptan el pago por contenido político engañoso.

No se trata de la libertad de expresión. Se trata de pagar por el alcance. Pagar para aumentar el alcance del discurso político tiene ramificaciones significativas que la infraestructura democrática de hoy puede no estar preparada para manejar. Vale la pena retroceder para abordarlo, añadió el titular de Twitter.