Twitter: “Da novembre blocchiamo tutte le inserzioni pubblicitarie politiche a livello globale”

L’annuncio dal profilo dell’amministratore delegato Jack Dorsey:

“La pubblicità su internet è molto potente ed efficace – ha scritto – ma comporta significativi rischi laddove può essere usata per influenzare voti”. Una scelta che provoca Facebook, che nei giorni scorsi ha dichiarato di non volere intervenire sulle inserzioni politiche anche se diffondono fake news

“Abbiamo preso la decisione di bloccare tutte le inserzioni pubblicitarie politiche a livello globale”. Twitter annuncia dall’account del suo amministratore delegato **Jack Dorsey** una decisione storica e in controtendenza rispetto a **Facebook**, che ha recentemente precisato di non volere intervenire su questo aspetto, anche se comporta la diffusione di **fake news**. La scelta della piattaforma di **microblogging**, che sarà attiva dal 22 **novembre**, ha però avuto un effetto immediato su **Wall**

Street, dove il titolo è calato fino al 2,28%. “La pubblicità su **internet** è molto potente ed efficace – ha aggiunto ancora **Dorsey** – ma comporta significativi rischi politici laddove può essere usata per influenzare voti. Questo – ha proseguito – non ha nulla a che fare con la libertà di espressione. Ha a che fare con il pagare” per raggiungere il pubblico più ampio possibile e “questo ha significative ramificazioni che l’**architettura democratica** di oggi potrebbe non essere in grado di gestire”.
Dorsey spiega in particolare che un messaggio politico ottiene un pubblico più ampio grazie ai **follower** di un account o ai **retweet**. “Pagare per avere un **pubblico** annulla questa scelta e impone alla gente dei messaggi politici perfettamente **ottimizzati** e **mirati**“, afferma, aggiungendo: “Riteniamo che questa decisione non debba essere inquinata dal denaro”. Poi sembra rispondere direttamente a **Zuckerberg**: “Per noi non è credibile dire ‘lavoriamo duramente per impedire alla gente di aggirare le regole dei nostri sistemi per diffondere delle **informazioni false** ma se qualcuno ci paga per prendere di mira e costringere la gente a vedere la loro pubblicità politica allora possono dire ciò che vogliono’!”. **Twitter**, come pure **Facebook** e **Google**, trae la maggior parte delle loro entrate dalla **pubblicità**, spesso mirata in modo molto sottile grazie ai **dati raccolti**.

Ma Zuckerbeg difende le bugie delle inserzioni politiche – Qualche giorno fa, a seguito dell’audizione di **Mark Zuckerberg** al **Congresso** a partire dalla criptovaluta **Libra**, Facebook ha chiarito che non avrebbe rimosso dalla sua piattaforma le inserzioni pubblicitarie politiche **fuorvianti** o **false**, ma aveva precisato di esaminare l’accuratezza delle pubblicità di **gruppi politici** e dei *political action committee*. Un tema del quale aveva parlato anche durante l’audizione e sul quale è stato incalzato da **Alexandria Ocasio-Cortez**, la deputata star dei democratici.
Il suo fuoco di fila di domande ha lasciato spiazzato **Zuckerberg**, che non è riuscito a dare delle risposte

esaustive. Lo scambio fra i due è diventato virale sui social. A **Ocasio-Cortez** che gli chiedeva di rispondere con un "semplice sì o no" alla domanda se **Facebook** avesse intenzione di rimuovere o meno **bugie**, Zuckerberg ha risposto evadendo la domanda. "In molti casi, in una **democrazia**, ritengo che la gente debba essere in grado da sola di vedere cosa i **politici** dicono e giudicare" ha detto. "Quindi non le rimuovete?" ha incalzato **Ocasio-Cortez**. "Beh, dipende dal contesto in cui appaiono" ha risposto **Zuckerberg**, evasivo anche quando incalzato sulle sue recenti cene con esponenti di **destra**.

Ma la sua decisione di consentire ai politici la pubblicazione sulla piattaforma di qualsiasi cosa vogliano, anche messaggi falsi, ha scatenato le proteste di alcuni dipendenti del social network. "Ci opponiamo con forza a questa politica" che è una "minaccia" a quello per cui Facebook si batte, si legge in una lettera aperta a Zuckerberg postata sulla rete interna del social network e di cui il *New York Times* ha ottenuto una copia. "La cultura di Facebook è centrata sull'essere aperti, e apprezziamo quando i dipendenti danno voce alle loro idee su un tema importante come questo" afferma una portavoce dei Facebook. "Restiamo impegnati a **non censurare** la politica e – aggiunge – continueremo a esplorare possibili misure per aumentare la **trasparenza** delle **inserzioni politiche**".