

Pinterest prohíbe anuncios que nieguen el cambio climático

Pinterest está lanzando una nueva política para lidiar con la información falsa o engañosa sobre el cambio climático. En este sentido, el sitio anunció que eliminará el contenido que podría perjudicar el bienestar, la seguridad o la confianza del público. Esto vale tanto para todo tipo de material, incluidos los anuncios.

Como parte de las nuevas directrices, se estableció que se quitará el contenido que podría perjudicar el bienestar, la seguridad o la confianza del público, vinculados con la temática mencionada. En este sentido, el sitio mencionó cuáles serán los aspectos que derivarán en la exclusión de material de la plataforma:

1. Contenido que niega la existencia o los efectos del cambio climático, la influencia humana sobre el cambio climático o el hecho de que el cambio climático está respaldado por consenso científico
2. Contenido falso o engañoso sobre soluciones para el cambio climático que contradicen el consenso científico establecido.
3. Contenido que tergiverse los datos científicos, incluso por omisión o manipulación, para socavar la confianza en los expertos y la ciencia del clima.
4. Contenido falso o engañoso perjudicial sobre emergencias de seguridad pública, lo que incluye desastres naturales y eventos de climas extremos.

“Todos los anuncios que se publiquen en Pinterest deben cumplir siempre con nuestras directrices para la comunidad. Además, actualizamos nuestras Directrices de publicidad para prohibir explícitamente cualquier anuncio que contenga teorías conspirativas, información falsa y desinformación con relación al cambio climático”, subrayó la compañía en un anuncio difundido.

A su vez, Sarah Bromma, directora de políticas de la plataforma dijo lo siguiente: “Pinterest cree en cultivar un espacio que sea confiable y verídico para quienes usan nuestra plataforma. Esta audaz medida es una expansión de nuestras directrices más amplias sobre desinformación, que desarrollamos por primera vez en 2017 para abordar la información falsa sobre salud pública, y desde entonces la actualizamos para tratar problemas nuevos y

emergentes a medida que surgen en el mercado”.

Con información de Infobae