

Publicidad en Facebook: ni verificación ni notas de comunidad

Tras hacer pública la decisión de eliminar la verificación de contenidos en Facebook e Instagram y sustituirla por notas de comunidad (community notes) en EEUU, el director ejecutivo de Meta, Mark Zuckerberg, se ha dirigido a los anunciantes y compradores de espacios para aclarar que las notas comunitarias no se aplicarán a la publicidad pagada, según informa The Wall Street Journal¹.

Las notas comunitarias, un modelo que ya utiliza X, permite que los usuarios, voluntariamente, doten de contexto a las publicaciones difundidas en la red social, o denuncien su inexactitud o falsedad.

En el caso de X, las notas comunitarias se aplican tanto a publicaciones pagadas como no pagadas, y de hecho varias comunicaciones comerciales de diferentes marcas han sido señaladas en esas notas por hacer afirmaciones supuestamente falsas o engañosas. Incluso algunas de esas marcas han eliminado los anuncios marcados.

En Meta, sin embargo, las notas de comunidad se habilitarían únicamente, según esta información, para contenido orgánico por el que la compañía no ha recibido pago, aunque se trate de publicaciones patrocinadas por *influencers* que sí hayan sido remunerados por la marca.

De confirmarse este criterio, los anunciantes podrían verse afectados en sus estrategias de incluir contenidos orgánicos sobre las marcas, reduciendo dichos contenidos para evitar el riesgo de notas de comunidad de carácter crítico.

Algunos analistas ven en esta estrategia un modo de presión de Meta sobre las marcas, teniendo en cuenta que más del 90% de sus ingresos provienen de la venta de anuncios y que las publicaciones orgánicas en las que se patrocina al creador de contenido representan entre el 25% y el 50% de las campañas de marketing en las plataformas de Meta o TikTok. Los creadores dependen de este tipo de material para completar sus ingresos por contenido de marca, y las marcas lo utilizan para complementar las publicaciones que pagan para promocionarse.

¹ <https://www.wsj.com/articles/metas-community-notes-wont-apply-to-paid-ads-marketers-still-have-questions-9a2af62c>