

Anche Starbucks boicotta Facebook per l'odio social

Il gigante del caffè annuncia la sospensione della pubblicità sui siti di Zuckerberg: bisogna cambiare

DAL NOSTRO CORRISPONDENTE

WASHINGTON Tutti contro Facebook. Anche Starbucks si aggiunge alla lunga lista di aziende che hanno deciso di sospendere le inserzioni pubblicitarie sulla piattaforma social di Mark Zuckerberg. L'iniziativa è stata promossa da un gruppo di associazioni per la difesa dei diritti civili, tra le quali spiccano la Anti-Defamation League, la Color of Change e soprattutto la Naacp, la «National association for the advancement of colored people», storica organizzazione per l'integrazione degli afroamericani (fondata nel 1909).

Questi gruppi contestano a Zuckerberg di «non fare abbastanza» per contrastare la diffusione di «notizie false e di

messaggi di odio» su Facebook e Instagram.

La campagna si chiama «Stop hate for profit», e si inserisce nelle proteste che stanno spazzando il Paese, dopo l'uccisione di George Floyd da parte della polizia. L'idea è boicottare Facebook, colpendola dove fa più male: la raccolta pubblicitaria, pari a circa 70 miliardi di dollari all'anno.

L'appello a sospendere gli spot è stato accolto in massa. Stando all'ultimo aggiornamento, hanno aderito 93 aziende, grandi e piccole, più o meno conosciute. Peschiamo dall'elenco: Coca Cola, Dermatonix, Diageo, Hershey, Honda, Levi's, Magnolia Pictures, Mozilla, Patagonia, Peter Dinklage, The Jewish Board, The North Face, Unilever, Verizon, Viber.

Starbucks, multinazionale leader del caffè con quasi 30 mila punti vendita distribuiti in 78 Paesi (Italia compresa), non ha aderito formalmente all'invito di «Stop hate for profit». E ha motivato la scelta con comunicato: «Crediamo si debba fare di più per creare comunità online inclusive... Interromperemo le inserzioni pubblicitarie su tutti i social media e nello stesso tempo continueremo a discutere con i nostri partner e con le organizzazioni per i diritti civili nel tentativo di fermare i messaggi che veicolano odio».

Negli ultimi giorni il titolo Facebook è crollato in Borsa. Solo venerdì scorso ha perso l'8,3%.

Giuseppe Sarcina

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'iniziativa

● Decine di aziende stanno aderendo alla campagna Stop Hate for Profit, che chiede di non investire su Facebook per tutto luglio

● L'obiettivo è spingere Zuckerberg a schierarsi contro i contenuti che incitano all'odio sui suoi social

La protesta dei colossi



Ha esteso il boicottaggio anche a YouTube e Twitter



Il colosso anglo-olandese non farà pubblicità fino a fine anno



Tra i primi ad aderire alla campagna, con The North Face



La filiale Usa ha spiegato: «Stiamo con le persone»

