

Tuwebprimero avisa: ‘Facebook ya ha movido ficha de cara a las elecciones de 2020 en EEUU’

Facebook ha actualizado sus políticas publicitarias antes de las elecciones de 2020 en EEUU, introduciendo reglas más estrictas para los anunciantes políticos y aquellos que publican anuncios electorales o de temas sociales en la plataforma

Las políticas se introdujeron el 28 de agosto y se aplican a todos los anuncios en Instagram y Facebook, e incluyen nuevos requisitos de exención de responsabilidad para los anunciantes políticos, así como una lista actualizada de temas de temas sociales en los EEUU que cubren las políticas.

A mediados de este mes, Facebook requerirá que los anunciantes que publiquen anuncios políticos, sociales o electorales proporcionen más información sobre su organización. "Esto puede incluir datos como un número de identificación de la Comisión Federal Electoral (FEC), un número de identificación de organización registrada con impuestos (EIN) e incluso un dominio del sitio web del gobierno que coincida con el correo electrónico del anunciante, entre otros", explican en Tuwebprimero.

Si los anunciantes políticos no cumplen con estos requisitos adicionales, verán sus anuncios detenidos a partir de mediados de octubre. Además, bajo los cambios de Facebook, las etiquetas utilizadas para los anuncios de asuntos políticos, electorales y sociales también se actualizan.

"Esto significa que cuando un usuario de Instagram o Facebook hace clic en el ícono 'I' para obtener más información sobre el anuncio que está viendo, encontrará la información que Facebook ha confirmado junto con el idioma 'Organización confirmada' o 'Acerca de este anuncio', continúan.

Por si esto fuera poco, la sección 'Acerca de este anuncio' también mostrará el número de teléfono y la dirección de correo electrónico de la organización que ejecuta el anuncio. Según Facebook, "esto ayudará a las personas a evaluar la legitimidad de una organización más fácilmente, así como a garantizar que puedan plantear cualquier pregunta o inquietud que tengan sobre los anuncios políticos".

Por otro lado, Facebook ha asignado previamente temas de anuncios relacionados con cuestiones sociales a 20 temas. Ahora está agregando otras 10 categorías para los EEUU, refinando las áreas temáticas y permitiendo la evolución de las categorías en aras de alcanzar una mayor transparencia sobre el tema de cada anuncio, como Crimen, Economía, Educación, Política ambiental, Armas o Inmigración.

"Todas estas innovaciones están diseñadas para mejorar la transparencia en lo que respecta a los anuncios políticos y garantizar que los anunciantes no utilicen ninguna técnica oscura o fraudulenta para influir en la opinión a medida que se acercan las elecciones estadounidenses de 2020. Y eso, por descontado, también implica que cualquier organización que supervise el marketing en redes

sociales para organizaciones vinculadas a causas políticas debe estar al tanto de los cambios para garantizar que sus anuncios cumplan", avisan desde Tuwebprimero.

Datos de contacto:

Tuwebprimero

<https://tuwebprimero.com>

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Comunicación Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>