

Archiviata la causa Musk contro il Center for Countering Digital Hate

Se il recentissimo tonfo in borsa di *Truth*, la piattaforma social di proprietà di **Donald Trump** può insegnarci qualcosa, è che il mercato è molto più sensibile alla disinformazione ed alle *fake news* del nostro dibattito pubblico digitalizzato, proprio perché si basa sul presupposto della fiducia assoluta. E Trump non è il solo ad aver perso tanti soldi per la smania di diffondere “verità alternative”.

Una notizia passata un po' in sordina, forse perché considerata di scarsa importanza, rappresenta in realtà un importante successo per tutti coloro che si occupano di cercare, monitorare, analizzare i discorsi d'odio online (c.d. Hate speech), soprattutto in ambito accademico e della società civile.

Risale ad alcuni giorni fa la decisione di un giudice federale statunitense di archiviare la causa intentata dalla *X Corp.* di **Elon Musk** contro il **Center for Countering Digital Hate**, un'importante no-profit che ha documentato l'aumento dei discorsi d'odio sul sito da quando è stato acquistato dal proprietario della Tesla. Il CCDH, attivo soprattutto negli Stati Uniti e nel Regno Unito, pubblica regolarmente rapporti su discorsi d'odio, estremismo o comportamenti nocivi sulle piattaforme social come *X*, *TikTok* o *Facebook*.

X, precedentemente noto come *Twitter*, aveva sostenuto che i ricercatori del Centro avevano violato i termini di servizio del sito compilando in modo improprio tweet pubblici, e che i loro successivi rapporti sull'aumento dei discorsi d'odio

avevano causato ad X la perdita di milioni di dollari a seguito della fuga degli inserzionisti.

Imran Ahmed, fondatore e CEO del CCDH, commentando la sentenza ha affermato: *“Speriamo che questa sentenza storica incoraggi i ricercatori di interesse pubblico ovunque a continuare, e persino intensificare, il loro lavoro vitale di responsabilizzazione delle aziende di social media per l’odio e la disinformazione che ospitano e il danno che causano”*.

Il centro non è l’unico gruppo che ha segnalato l’aumento di contenuti d’odio su X da quando è stato acquistato da Musk nell’ottobre 2022. Lo scorso novembre, diversi grandi inserzionisti tra cui IBM, NBC Universal e la sua società madre Comcast, hanno dichiarato di aver interrotto la pubblicità su X dopo che un rapporto del gruppo di advocacy liberale *Media Matters* ha affermato che le loro pubblicità apparivano accanto a materiali che elogiavano contenuti nazisti e antisemiti.

Insomma il principio “follow the money” potrebbe rivelarsi più importante di quanto abbiamo pensato sino ad ora per preservare le nostre democrazie infragilite.

<https://www.key4biz.it/archiviata-la-causa-musk-contro-il-centro-for-counter-against-digital-hate/485562/>