

## Il caso

Il social network lancia in Italia e in altri 13 Paesi la guida per aiutare a smascherare le notizie false. Scompare dopo 72 ore. «Ma è solo il primo passo»

# Un decalogo a tempo “Così noi di Facebook combattiamo le bufale”

### LE TAPPE

**LE PRESIDENZIALI USA**  
Novembre 2016: l'elezione di Trump è il trionfo delle bufale. Zuckerberg dichiara guerra: «Qualcosa potrebbe non funzionare, ma prendiamo la questione sul serio»

### SOCIAL E EDITORE

Un mese fa nasce il *Facebook Journalism Project*, il social network diventa editore a tutti gli effetti, per fornire un'informazione corretta e frenare il fenomeno dilagante

### IL "BOLLINO"

Lo smartphone Android di Donald Trump avrebbe favorito fughe di notizie dalla Casa Bianca. È il primo articolo bollato come *fake news* dal team di Menlo Park

### LA MULTA TEDESCA

Il 5 aprile via libera del governo tedesco al disegno di legge che prevede multe fino a 50 milioni di euro per chi diffonde messaggi offensivi e diffamanti, oppure incitazioni all'odio

DAL NOSTRO INVIATO  
JAIME D'ALESSANDRO

PERUGIA. Buon senso in pillole e a tempo determinato. Dieci regole per riconoscere le notizie bufala destinate a scomparire dopo 72 ore o dopo appena tre consultazioni. È la nuova formula di Facebook, annunciata con un post dello stesso Zuckerberg, per arginare le fake news. «Ma questo è solo un primo passo di un percorso lungo», mette le mani avanti Campbell Brown. «Una delle tante iniziative che stiamo intraprendendo».

La Brown, classe 1968, ha un lungo passato alla Nbc e Cnn prima di diventare opinionista fra il *New York Times* e il *Wall Street Journal*. Facebook l'ha assunta a gennaio per lavorare a fianco con le testate giornalistiche. Al festival di Perugia è sbarcata in compagnia Adam Mosseri, vice presidente della multinazionale americana a capo della divisione che si occupa delle news. E sempre a Perugia hanno presentato il loro vademecum che da oggi è nella sezione delle Notizie, "news feed", in 14 Paesi fra i quali l'Italia. Nulla a che spartire con il bollino rosso pensato gli Stati Uniti da applicare sulle news sospette. «I dieci consigli scompaiono dopo tre giorni perché se li lasciamo di più potrebbero dar noia alle persone e avere così un effetto controproducente», spiega Mosseri.

Nella guida si invita a controllare le fonti, a fare attenzione ai titoli a effetto, a usare spirito critico quando si legge, a verificare le date e le testimonianze, prestare attenzioni all'impaginazione e ai refusi, perché spesso sono segni che tradiscono le notizie fasulle. «Che per noi sono quelle costruite deliberatamente come false e dietro le quali c'è spesso il tentativo di fare soldi con il traffico web», prosegue Mosseri. Insomma, per Facebook lo tsunami delle fake news raramente ha dietro motivazioni politiche, più spesso è quella economica il vero motore. Riconoscerle e bloccarne la diffusione significa quindi colpirle al cuore. Ed è quello che intende fare il colosso americano, assieme all'alfabetizzazione degli utenti e alla collaborazione con le testate più autorevoli.

Una tesi diametralmente opposta a quella di molti analisti, iniziando da Yochai Benkler della Harvard Law School. «Abbiamo analizzato un milione e 200 mila articoli pubblicati online negli Stati Uniti da 25 mila fonti dall'aprile del 2015 fino al giorno delle elezioni presidenziali americane» racconta Benkler. «Le fake news in quel caso non hanno convinto gli indecisi a forza di invenzioni. Hanno però imposto i temi politici dei quali parlare». Operazione squisitamente politica dunque.

«Una parte delle notizie bufala ha chiaramente un'anima politica», commenta Guido Scorza, docente di diritto delle nuove tecnologie e responsabile degli affari regolamentari del Team per la trasformazione digitale guidato da Diego Piacentini. «E di sicuro un manuale in dieci regole è un po' poco. Ma almeno tenta di rompere l'atteggiamento passivo di tanti utenti. Bisogna ora vedere quali sono le altre iniziative che Facebook, Twitter e Google stanno pensando di mettere in campo». Qualcosa seguirà di certo visto che in Paesi come la Germania il governo ha appena approvato il disegno di legge del ministro della Giustizia Heiko Maas che prevede multe fino a 50 milioni di euro per i social network che in 24 ore non cancellano le notizie false. Sullo sfondo c'è il vero tema: stabilire se i

social network siano ancora delle piattaforme di diffusione di contenuti o vadano ormai considerati editori di nuovo genere, con tutto quel che ne consegue in fatto di responsabilità. «Facebook non è un editore e si attiene alle leggi vigenti», taglia corto Campbell Brown. «E su quelle leggi basiamo le nostre strategie». Anche se sa perfettamente che né in Europa né altrove la questione si potrà chiudere con un avviso ai naviganti in dieci punti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

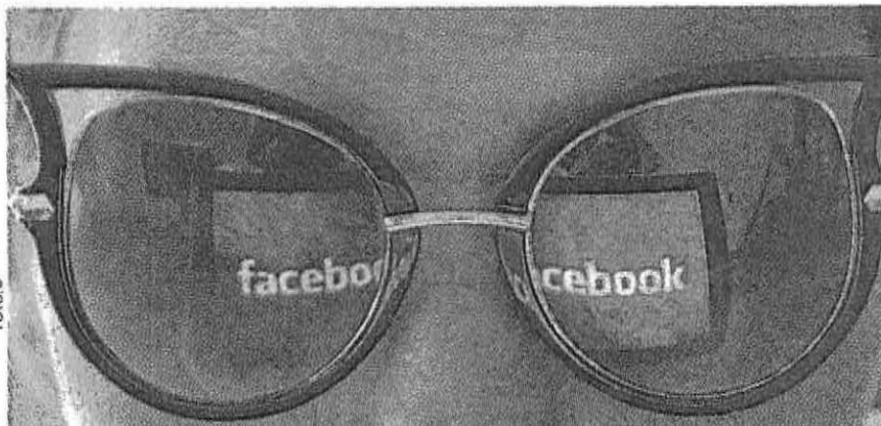


FOTO: ©

### LE MISURE

#### IL DECALOGO

Facebook lancia una guida in 10 punti per gli utenti del social: spiega come riconoscere una bufala in base, tra l'altro, al sito e alla data di pubblicazione

#### STOP ALLE CONDIVISIONI

Un software individua le fake news e ne impedisce le condivisioni. Così, secondo Facebook, si scoraggia chi diffonde bufale per fare soldi con la pubblicità

#### IN TEAM CON I GIORNALI

Il social network fondato da Mark Zuckerberg sta avviando partnership con le principali testate giornalistiche di tutto il mondo