Google contro la disinformazione: «Russia Today e Sputnik fuori dalle News»

Lo ha annunciato il presidente Eric Schmidt: su Google News verranno deindicizzate le notizie dei media vicini al Cremlino e accusati di campagne di disinformazione

Google dichiara guerra alle fake news diffuse da media vicino al Cremlino. A farlo è stato Eric Schmidt in persona: l'ex Ceo, e ora presidente del Consiglio di amministrazione del colosso di Mountain View, ha promesso che *Russia Today* e *Sputnik* verranno deindicizzati da Google News per combattere la propaganda che stanno facendo con messaggi «ripetitivi, falsi o strumentalizzabili». Schmidt ha citato espressamente l'emittente televisiva e il sito, tradotto in

più di 30 diverse lingue in tutto il mondo, durante un forum sulla sicurezza internazionale, sostenendo di essere impegnato nel modificare l'algoritmo alla base di Google News per prevenire le campagne di disinformazione. Questo senza però ricorrere alla censura: l'ex Ceo ha assicurato che non verrà impedito l'accesso ai rispettivi siti.

Google coinvolta nel Russiagate

Si tratta di una mossa frutto di una maggiore consapevolezza del motore di ricerca nella battaglia contro le fake news. Va ricordato che recentemente l'azienda è stata chiamata a rispondere davanti alle commissioni del Congresso che si occupavano di indagare sul Russiagate, pur essendo stata oggettivamente meno coinvolta rispetto a Facebook. Se le pubblicità acquistate dai russi erano di scarsa entità, gli inquirenti avevano però puntato il dito soprattutto sui video caricati dall'emittente Russia Today sulla piattaforma Youtube.

Le mosse di Twitter e Facebook

Proprio poche settimane fa Twitter aveva invece annunciato la rimozione della pubblicità di Rt e Sputnik per via delle interferenze riscontrate durante la campagna presidenziale. Ma lo stesso social era stato anche accusato di aver deliberatamente offerto più spazi pubblicitari all'emittente russa. Ma anche Facebook, il gigante che più di tutti è sembrato coinvolto nelle vicenda delle pubblicità acquistate dai russi, ha modificato da poco le sue linee guida per la monetizzazione sul social, garantendo maggiore trasparenza su chi compra le inserzioni pubblicitarie.