

Personaggi Chi è Brown, ex conduttrice Cnn: dovrà convincere gli editori che Zuckerberg può fare bene anche a loro

Facebook Campbell e l'affare social news

La manager vicina (ma non troppo) a Trump, saprà guadagnare amici e profitti con giornali e tv?

DI MARIA TERESA COMETTO

Combattiva, non ha paura delle controversie, ha buone entrate nella Casa Bianca di Donald Trump, ma è difficile appiccicarle addosso un'etichetta ideologica. È Campbell Brown, 48 anni, la nuova «ambasciatrice» di Facebook nel mondo dei media. Il fondatore e boss del social media Mark Zuckerberg l'ha incaricata di una missione «impossibile»: fare evolvere il rapporto di amore-odio fra Facebook e gli editori in modo che questi ultimi continuino a fornire i loro contenuti sulla piattaforma, accettando che una fetta sempre maggiore dei profitti vada a Zuckerberg e soci.

È quello che è successo negli ultimi anni, in particolare per i giornali di carta, che hanno visto dimezzate le loro entrate pubblicitarie, a livello globale, dai quasi 100 miliardi di dollari nel 2006 e 2007 a circa 50 miliardi l'anno scorso, senza speranze che la tendenza al calo si inverta. Invece il fatturato pubblicitario di Facebook è quintuplicato negli ultimi quattro anni, da soli 3,7 miliardi di dollari nel 2011 a quasi 18 nel 2015, con una stima di oltre 24 miliardi per l'anno scorso.

La forza di Facebook sta nella sua enorme rete di «amici» — 1,8 miliardi di persone nel mondo — e nell'essere diventata una fonte primaria di notizie per il pubblico. Durante la recente campagna presidenziale negli Usa — ha rivelato un sondaggio dell'istituto di ricerca Pew Research Center — Facebook è stata la terza fonte di notizie più popolare: il 19% degli elettori americani ha indicato come suo punto di riferimento la rete tv Fox news, il 13% Cnn e l'8% la piattaforma di Zuckerberg, mentre solo il 3% si è «fidato» soprattutto dei giornali di carta, compreso il *New York Times*.

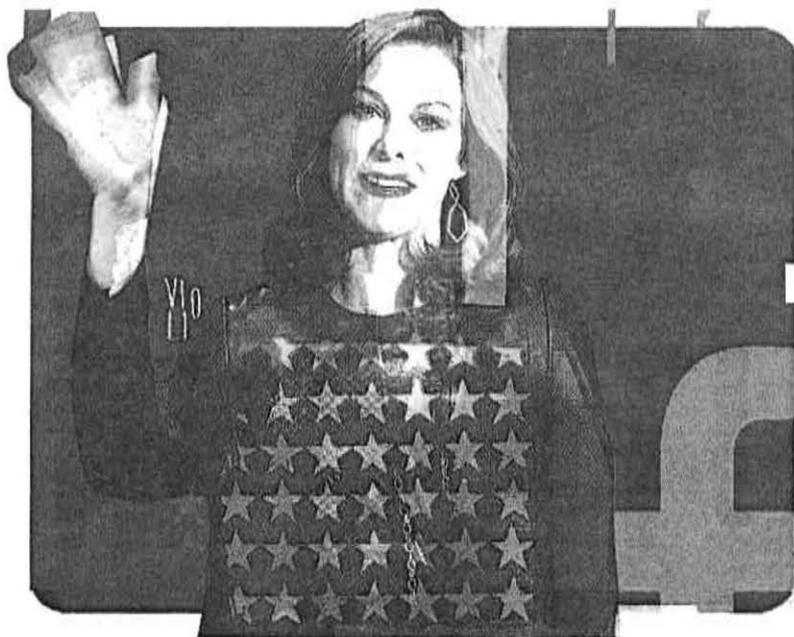
La storia

Proprio la battaglia politica per la Casa Bianca ha scatenato però anche le polemiche sul ruolo giocato da Facebook, diventata un veicolo per la diffusione di un'ondata di notizie false, fabbricate ad hoc per influenzare i risultati. Dopo aver in un primo tempo negato il problema e aver rifiutato la responsabilità di essere di fatto una media company, Zuckerberg ha fatto parzialmente marcia indietro e ha promesso di combattere la disinformazione, collaborando con i gruppi che fanno fact-checking.

Ma Brown non si occuperà di questo, non sarà, in altre parole, il direttore delle news a Facebook. Per spiegare il suo compito, la stessa giornalista ha scritto, ovviamente sulla sua pagina Facebook: «Lavorerò con i nostri partner per aiutarli a capi-

Focus

Chi è
Campbell Brown, 48 anni, giornalista, già corrispondente dalla Casa Bianca, è sposata con Daniel Senor, consulente repubblicano per la politica estera. La coppia ha due figli, di 9 e 7 anni. Dal 1996 al 2007 ha lavorato in tv per la Nbc. Per la Cnn, dal 2008 al 2010, ha condotto un programma di news nel prime time. Abbandonato il giornalismo, è diventata attivista per la riforma del sistema scolastico americano. Da un mese circa lavora a fianco di Mark Zuckerberg come responsabile delle «News partnerships» di Facebook: la società ha specificato che il suo ruolo non sarà di tipo editoriale, ma di consulenza. Gli spazi sul social media rivolti agli editori di news sono «Instant articles», «Live», e «News feed».



re come Facebook può espandere il pubblico raggiunto dal loro giornalismo e contribuire al valore del loro business». I partner sono appunto i media che pubblicano i loro contenuti sul social network, condividendo le relative entrate pubblicitarie.

Zuckerberg ha scelto Brown per la sua esperienza giornalistica, ma forse anche perché entrambi sono appassionati dei problemi delle scuole. Lei è una veterana della televisione: ha lavorato per 11 anni per la rete Nbc, facendo fra l'altro l'inviata in Kosovo e in Iraq e la corrispondente dalla Casa Bianca; poi dal 2008 al 2010 ha condotto per la Cnn un programma di notizie in prima serata, che però non ha ottenuto il successo sperato e per questo è stato chiuso. Le sue competenze nei video sono importanti per Facebook, che punta molto su

Lavorerò con i nostri partner per aiutarli a capire come Facebook può espandere i loro lettori e contribuire al valore del loro business

questa forma di comunicazione — sempre più favorita sia dal pubblico sia dai pubblicitari — e in particolare vuole incentivare i media a usare il suo nuovo servizio di streaming dal vivo Live.

Lasciata la Cnn, Brown si è poi dedicata alle battaglie per riformare il sistema scolastico pubblico, fondando varie organizzazioni non profit e scontrandosi ripetuta-

mente con il sindacato degli insegnanti. Nel luglio 2015 ha fondato The 74, un sito di giornalismo specializzato sull'educazione e l'ha guidato fino a ieri: fra i suoi finanziatori spicca la fondazione della famiglia di Betsy DeVos, la miliardaria Repubblicana nominata da Trump come ministro dell'Educazione. Come DeVos, Brown è una promotrice delle charter school, le scuole pubbliche gestite in modo privato — senza i sindacati —, che godono di un crescente successo nei quartieri poveri delle città americane. Anche Zuckerberg ha donato soldi a queste scuole, come parte dei 100 milioni di dollari regalati nel 2010 al sistema scolastico di Newark, in New Jersey.

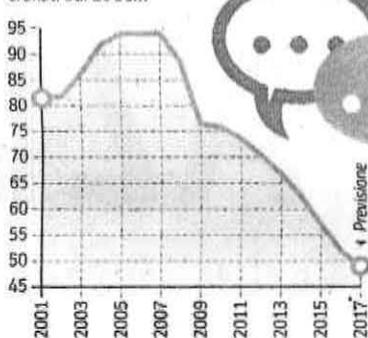
Legami

Un altro legame con il partito di Trump la Brown ce l'ha attraverso il marito Daniel Samuel Senor, consulente Repubblicano ed ex portavoce della coalizione militare nel 2004 a Baghdad, dove la coppia si è conosciuta per poi sposarsi due anni dopo. Ma la giornalista ha spiegato, in un articolo su *Slate* nel 2012, che le sue idee politiche non sempre coincidono con quelle del marito. E lo stesso *Slate*, sito di sinistra, ha commentato che Brown «sembra essere una centrista le cui opinioni spesso travalicano le frontiere partigiane».

A Zuckerberg questo può piacere, ma gli interessa soprattutto capire se con Brown Facebook riuscirà a rubare pubblico e pubblicità anche alle reti tv, che finora hanno resistito meglio della carta all'attacco del digitale.

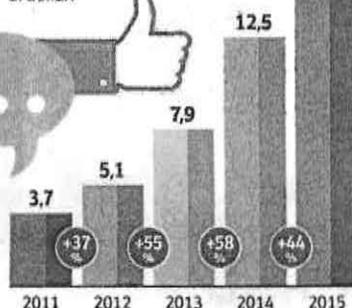
LA GRANDE DISCESA

Gli investimenti pubblicitari globali sui giornali di carta sono crollati dal 2011...



LA GRANDE CORSA

... mentre il fatturato di Facebook è quintuplicato. Dati in miliardi di dollari



Fonte: elaborazione CorriereEconomia

S. Avallone