



Ufficio stampa  
e internet

Senato della Repubblica  
XVII Legislatura

## INFORMAZIONE E WEB

Selezione di articoli dal 1 ottobre al 14 novembre 2017



Rassegna stampa tematica

NOVEMBRE 2017  
N. 45

Testata	Titolo	Pag.
GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO	L'INFORMAZIONE FAI DA TE UN'ILLUSIONE DI SUCCESSO (Mirabella Michele)	1
GIORNALE DI BRESCIA	DEMOCRAZIA DIGITALE ALL'OMBRA DI ROUSSEAU (Panarari Massimiliano)	3
STAMPA	IL NOBEL CHE SVELA I SEGRETI DELLE FAKE NEWS (Lepri Stefano)	4
LIBERO QUOTIDIANO	LA SINISTRA VUOLE IMPORCI LA CENSURA (SUL WEB) COME AI TEMPI DEL DUCE (Becchi Paolo/Palma Giuseppe)	5
CORRIERE DELLA SERA	IL CAPO DEI SENATORI LEGHISTI SPINGE LE FAKE NEWS SU BOLDRINI (Pennisi Martina)	6
REPUBBLICA	ECCO L'ERA DELLA SOLITUDINE DI MASSA (Ainis Michele)	7
TEMPO	ECCO LE FALSE BUFALE DELLA BOLDRINI (De Leo Pietro)	9
ESPRESSO	Int. a Boldrini Laura: NIENTE FAKE SULLA SCHEMA (Damilano Marco)	11
SOLE 24 ORE DOMENICA	IL CONSENSO E LA VERITÀ CALPESTATA (Patta Emilia)	13
REPUBBLICA	TRA POST-VERITÀ E INFORMAZIONE EMOTIVA (Nicita Antonio)	14
AVVENIRE	UNA BOLLA MEDIATICA PER OGNIUNO. L'INGANNO LIBERAL NELL'ERA DEI SOCIAL (Palano Damiano)	15
AVVENIRE	IL CONSENSO UN ATTIMO FUGGENTE (Motta Diego)	17
FOGLIO INSERTO	Int. a Bronner Gerald: È TUTTO UN COMPLOTTONE (Capone Luciano/Maselli Francesco)	19
STAMPA	Int. a Capua Ilaria: LA SCIENZIATA CHE SFIDA LE FAKE NEWS (Dassù Marta)	22
CORRIERE FIORENTINO	QUELLA FOLLA BENDATA IN PARLAMENTO AVVELENA LA DEMOCRAZIA (Mazzoni Riccardo)	24
PAGINA99	Int. a Rhode David: «SOLO I REPORTER CI SALVERANNO DALLE FAKE NEWS» (Scancarello Gea)	25
PAGINA99	TRATTIAMO GOOGLE E FACEBOOK DA EDITORI (Bottazzini Paolo)	27
MILANO FINANZA	GIORNALISMO AUMENTATO (Bianchi Marcello)	29
REPUBBLICA	Int. a Angela Piero: "GIOVANI TROPPO DISTRATTI DAGLI SMARTPHONE SERVE VOGLIA E TEMPO PER INFORMARSI BENE" (Fraioli Luca)	30
REPUBBLICA	IL DECALOGO ANTI-BUFALE PER QUATTRO MILIONI DI STUDENTI (Zunino Corrado)	32
REPUBBLICA	Int. a Boldrini Laura: "NESSUN LIKE È INNOCUO I RAGAZZI DIVENTERANNO CACCIATORI DELLA RETE" (De Luca Maria Novella)	34
FOGLIO INSERTO	IL COMPLOTTONE COME TEOREMA (Bronner Gérald)	35
FOGLIO	IL GIORNALISTA NEUTRALE NON È UN GIORNALISTA. UN PREMIO PULITZER DEL NYT SMONTA ALLA GRANDE LE FAKE TESI SUL GIORNALISMO OBIETTIVO (Cerasa Claudio)	41
AVVENIRE	BOLDRINI: «LE FAKE NEWS NON SONO GOLIARDATE» (Liverani Luca)	42
CORRIERE DELLA SERA	CONFUSIONE DEI VALORI: DIPENDE DA INTERNET? (Gaggi Massimo)	43
STAMPA	FAKE NEWS E FALSI PROFILI SULLA RETE COSÌ SI ORGANIZZA LA DISINFORMAZIONE (Iacoboni Jacopo)	44
ITALIA OGGI	BUFALE, NON BASTANO FATTI E CIFRE (Secchi Andrea)	45
PAGINA99	TECNO-DEMOLIZIONE DELLE COMPETENZE (Pitrelli Nico)	46
PAGINA99	SE I SOCIAL DETTANO LE REGOLE AI POLITICI (Gennari Santori Federico)	48
NEW YORK TIMES	LA SILICON VALLEY NON PUÒ DISTRUGGERE LA DEMOCRAZIA SENZA IL NOSTRO AIUTO (Parker Emily)	50
MONDE	MOLTI SOLDI E... MOLTE PREOCCUPAZIONI (Bezat Jean-Michel)	52
NEW YORK TIMES INTERNATIONAL EDITION	IL LATO POSITIVO DEL POTERE DEI GIGANTI DELLA TECNOLOGIA (Manjoo Farhad)	53
VANGUARDIA	LE NOTIZIE FALSE RIPORTANO IL PUBBLICO VERSO LA STAMPA TRADIZIONALE	55
REPUBBLICA	POST-VERITÀ IL BUIO DELLA RAGIONE (Montanari Laura)	56
FOGLIO	I PILASTRI DEL NUOVO PROCESSO MEDIATICO (Cerasa Claudio)	58
LA VERITA'	IL WEB NON OBEDISSCE: BAVAGLIO «DEMOCRATICO» (Borgonovo Francesco)	60

<b>Testata</b>	<b>Titolo</b>	<b>Pag.</b>
MILANO FINANZA	<i>PERCHÉ È ORA DI SGONFIARE I MONOPOLISTI DELL'ONLINE (Lowe Luther)</i>	62
ECONOMIST	<i>I SOCIAL MEDIA MINACCIANO LA DEMOCRAZIA?</i>	64
FIGARO	<i>FACEBOOK E GOOGLE NELLA TRAPPOLA DELLE FAKE NEWS (P.-Y.D.)</i>	65
CORRIERE DELLA SERA	<i>LE NOTIZIE (FALSE) CHE PRODUCONO FATTI (Ripamonti Luigi)</i>	66
FOGLIO INSERTO	<i>NIMBY. FAKE NEWS, POST-VERITÀ, DEMOCRAZIA E INTERNET (Beulcke Alessandro)</i>	67
FOGLIO	<i>LETTERA. FAKE NEWS E INTERCETTAZIONI (Debenedetti Franco)</i>	69
FOGLIO	<i>LETTERA. LA PRETESA CHE L'INFORMAZIONE SIA "VERA" È INSOSTENIBILE E INATTUABILE (Zeno-Zencovich Vincenzo)</i>	70
MESSAGGERO	<i>LA FEDE CIECA NELLE BUGIE DEI FALSI GURU (Ajello Mario)</i>	72
NUOVA SARDEGNA	<i>L'INFORMAZIONE NELL'URAGANO DELLE FAKE NEWS (Zedda Sabrina)</i>	73
REPUBBLICA	<i>LE FAKE NEWS? TUTTA COLPA DEI FILOSOFI POSTMODERNI (Bracconi Marco)</i>	74
ITALIA OGGI	<i>FAKE NEWS, I BIG DELLA RETE IN ALTO MARE (Masi Mauro)</i>	75
GIORNALE CONTROCULTURA	<i>Int. a Cruciani Giuseppe: «BUGIE, INSULTI, GOSSIP? L'UNICO LIMITE È IL CODICE PENALE» (Mascheroni Luigi)</i>	76
GIORNALE CONTROCULTURA	<i>LA TRUFFA DELLA FAKE NEWS (Porro Nicola)</i>	77
TEMPO	<i>I GONFIATORI DI NOTIZIE (Veneziani Marcello)</i>	80
STAMPA	<i>DAL WEB SPARISCONO I POST DELLA PROPAGANDA GRILLINA A FAVORE DI PUTIN E ANTI-VAX (Iacoboni Jacopo)</i>	81
CORRIERE DEL TICINO	<i>LA RETE I PROFETI DELL'ERA DIGITALE (De Bortoli Ferruccio)</i>	82
CORRIERE DELLA SERA	<i>LOTTA ALLE BUFALE DEL TERZO MILLENNIO "VERITÀ DELLA NOTIZIA, BENE DA TUTELARE" (Paravisi Fabio)</i>	83
BERGAMO E TREVIGLIO		
REPUBBLICA MILANO	<i>Int. a Pagliaro Paolo: "ATTENTI ALLE FAKE NEWS EDUCHIAMO I GIOVANI C'È TANTA SPAZZATURA (Mosca Simone)</i>	84

## L'INFORMAZIONE FAI DA TE UN'ILLUSIONE DI SUCCESSO

di MICHELE MIRABELLA

**S**occhiudendo gli occhi e lasciando libera la fantasia, allentando i controlli della percezione razionale, mentre si leggono i titoli dei giornali si possono ottenere effetti curiosi. La stramberia potenziale dei risultati discende dalla capacità delle parole...

L'ARTICOLO A PAGINA 15»

MICHELE MIRABELLA

# L'informazione fai da te

**S**occhiudendo gli occhi e lasciando libera la fantasia, allentando i controlli della percezione razionale, mentre si leggono i titoli dei giornali si possono ottenere effetti curiosi. La stramberia potenziale dei risultati discende dalla capacità delle parole di intrattenersi tra di loro per cambiare il significato iniziale cui erano destinate dallo scrittore. Si apprezza una specie di eterogenesi dei fini: nella storia umana accade che eventi previsti e calcolati non si verifichino e, invece, si producano altri risultati che, pur possedendo una loro logica interna, non rispondono alla programmazione o ai disegni degli uomini. Così le parole, una volta pronunciate o convocate a designare ed esprimere concetti e cose che vogliamo, si riappropriano della loro libertà e si arrangiano a sorreggere concetti nuovi e ad esprimere situazioni inimmaginabili prima, quando sono state pronunciate. Il vecchio Orazio ammoniva *Et semel emissum volat irrevocabile verbum*, «Una volta lasciata sfuggire, vola la parola». La lettura dei giornali amplifica questo fenomeno anche se, spesso, leggendo non ce ne accorgiamo. Basterebbe pensare a lettore del futuro lontano, a digiuno di competenze e cognizioni per noi, oggi, scontate e ovvie. Tutto questo preambolo per confidargli una riflessione provata a proposito del nostro giornale nell'edizione di ieri. Leggo: «Raggi, una croce Capitale». Spero di aver ricordato la punteggiatura e le maiuscole. In ogni modo, i giochi di parole offrono più soluzioni maliziose. Sulla parola Raggi, intesa come cognome non v'è molto da scherzare: i significati sono scarsi, si esauriscono con allusioni al sole. Dopo quello che sorge, anzi che sorgeva, non resterebbe che quello che tramonta e, dal punto di vista politico, non mi pare un grande augurio per un sindaco così vessato da vicende che avrebbero schiantato anche un Andreotti, altro che i 5Stelle. Quanto ad una «croce Capitale» non v'è chi non colleghi il nesso con l'essere Roma la capitale del Cristianesimo. «Tu es Petrus» disse il Signore e dislocò sul Tevere la città capitale della vera fede assegnandone al santo pescatore le mansioni podestarili, nonché l'onerosa responsabilità. A nessuno sfugge la circostanza che, negli ultimi anni, mentre non sono mancate le grandi firme e sacrosante in Vaticano, sul colle del Campidoglio non si sono avvicendate figure insigni. Anzi. Oggi non si parla che della



testardaggine sindacale della Raggi nel non voler rivedere i conti del suo municipio a nessun patto.

Ma si tratta di conti sgangherati che non reggerebbero al primo fortunale e all'esame di un qualsiasi amministratore. Niente da fare, il bilancio è stato approvato. Misteri dolorosi della democrazia: il potere di controllo, la Magistratura nelle sue propaggini contabili, boccia un bilancio, ma la politica si ostina ad approvarlo invocando una polemica politica e buttando tutto in «casciara», come diciamo a Roma. Ecco il titolo della *Gazzetta*, bello e spiegato. Il resto è polverone.

E questo fa riflettere. Il Giornalismo svolge nella società il ruolo di mediatore, interprete, semplificatore, a volte, della complessità del reale. Delle faccende del mondo deve offrire a tutti noi un quadro informato. La riflessione diventa collettiva nel momento stesso in cui chi scrive convoca in un dibattito silenzioso di idee e di interpretazioni attraverso le parole, la connessione logica che le rende discorso, la sintassi che esprime nessi e connessi argomentativi, il riferimento articolato e plurale a esperienze e cultura condivise che arringano le sensibilità plurali dell'*agorà* cui chi scrive si rivolge.

Ma, oggi, le cose si sono complicate. Quali sono gli strumenti che deve adottare il buon professionista dell'informazione per rispondere alle sfide imposte dal Web? Quali i confini dei nuovi orizzonti, quali i linguaggi, la gergalità, l'oggetto della narrazione? E quali gli interlocutori-lettori da considerare? La sfida è ingente. E impegnativa, soprattutto se si consideri l'invasione sempre più pressante delle agenzie di disparata struttura narrativa delle *all-news*, la pressante e invadente arroganza delle, cosiddette, *fake-news*. Uso intenzionalmente questo anglismo pur di evitare il canagliesco «bufale».

La sfida può consistere nella fatica razionale di ribadire i principi democratici che sostengono la vita della libera stampa, nella difesa della professionalità dell'informazione che non minaccia, certo, l'accesso al dibattito delle idee e il misurarsi popolare nel confronto della opinioni. La sfida è legittima se si tratta di restituire al mestiere dell'informazione le caratteristiche della professionalità che è più importante, oggi, proprio perché si misura nel nuovo scenario della partecipazione globale, nel confronto, nella smisurata *koinè* del dibattito universale.

Un'accorta e intelligente vigilanza culturale sulla smania di presenzialismo che attiva il girare a vuoto del turbinio dell'autogestione e della raccolta, della diffusione, della distribuzione, della promozione di «notizie», si rende necessaria per fronteggiare una vera e propria aggressione di falsità, invenzioni, pertulante e sgangherata alluvione di sciocchezze. L'importante è essere visti e ascoltati. Meglio se presi sul serio. A ogni costo. Qualcuno pensa che si tratti di nuove libertà acquisite, di accesso al quarto e al quinto potere. Temo che si stia allestendo il sesto potere, quello della disinformazione. Fantasiosa e arbitraria. L'illusione è che il *citizen journalism*, alimentato dai materiali e dalle storie immesse nel web dagli utenti, sia espressione di nuove libertà acquisite e ci si disimpegni dalle centrali tradizionali del potere. Altra illusione. Il web come sinonimo di cultura e conoscenza sconfinata già scricchiola penosamente e si scopre essersi messo, bendato, anche al servizio delle bugie, delle truffe. E delle illusioni. Brecht scrisse: «Tutte le mattine esco di casa e vado al mercato delle menzogne. Mi metto in fila tra i venditori».

# DEMOCRAZIA DIGITALE ALL'OMBRA DI ROUSSEAU

MASSIMILIANO PANARARI\*

## DEMOCRAZIA DIGITALE ALL'OMBRA DI ROUSSEAU

Massimiliano Panarari

**Q**ualche giorno fa, ai microfoni di Radio Cusano Campus, il deputato pentastellato Manlio Di Stefano ha dichiarato che gli «strumenti di democrazia diretta» digitale devono venire inseriti in Costituzione (citando il modello della piattaforma Rousseau, di cui è uno dei responsabili).

Il tema risulta naturalmente serio (come tutta l'impellente e urgente problematica dei diritti nel cyberspazio), ma in questo caso ci troviamo dalle parti di quella surrealità che sta devastando - e non da oggi - la politica nazionale. Oltre a dover constatare come sia stato posto con l'irruenza tipica - e sempre molto orientata alla ricerca del consenso elettorale - che caratterizza abitualmente le proposte (a geometria variabile) del Movimento 5 Stelle - e la forma è sostanza (o, almeno così dovrebbe essere) in politica. Per giunta, Di Stefano, come denunciato da vari organi di informazione, è uno dei parlamentari grillini maggiormente, e più attivamente, coinvolti nella galassia dei siti di disinformazione e fake news a vario titolo riconducibili al suo partito.

E, dunque, nella fattispecie, «Cesare» non è precisamente al di sopra di ogni sospetto, ma molto al di sotto.

In questi casi, distinguere e precisare si rivela, come sempre, l'atteggiamento migliore per cercare di orientarsi all'interno di tematiche che investono la ridefinizione stessa della cornice (istituzionale e cognitiva) delle nostre (purtroppo assai affaticate) democrazie rappresentative. E la prima - e più rilevante - delle questioni rimanda al fatto che la dimensione degli istituti della democrazia partecipativa risulta assai differente da quella delle piattaforme digitali, che rappresentano in tutta evidenza degli strumenti e dei mezzi, e non dei fini, e si rivelano al tempo stesso altamente manipolabili - come ha dimostrato ancora una volta, peraltro pochissime settimane fa, il voto su Rousseau (il «fiore all'occhiello» del M5S) che ha incoronato Luigi Di Maio candidato premier (che con una legge elettorale di impianto proporzionale è l'ennesimo controsenso, ma tant'è...). E non secondariamente, come mostra sempre il caso della piattaforma a cui è stato dato il nome del filosofo francese (teorico sì della democrazia diretta, ma all'insegna di tutta una serie di specifiche), poiché la commistione - con relativo conflitto di interessi (almeno potenziale) - tra ambiti privati e pubblici non separati costituisce uno dei peggiori problemi che intorbidiscono la vita pubblica e civile di questo nostro Paese, e alimentano l'indignazione (al riguardo

giustissima) e la pericolosa polemica contro le istituzioni (di cui peraltro i grillini sono tra i maggiori, e più beneficiati, imprenditori politici). La visione di una democrazia elettronica che bypassa i partiti e i corpi intermedi, mettendo magicamente in «connessione sentimentale» rappresentati e rappresentanti (anzi, «portavoce») costituisce l'ultima versione di una dottrina e, soprattutto, di una mitologia che percorre la politica da tanto tempo. E che si traduce, nei fatti, in nient'altro che la costruzione di un rapporto apparentemente immediato tra il leader e i cittadini-elettori, i quali, per usare una terminologia dedicata rispetto alla tematica, si convertono in followers. Ed è quanto appunto predica una certa, assai discutibile, retorica della disintermediazione e orizzontalizzazione oggi diffusissima.

Inoltre, l'inserimento di una nuova issue in Costituzione non può ovviamente ridursi a un mantra o un ritornello, e prevede un confronto autentico tra le forze politiche, altrimenti è, una volta di più, propaganda (o una manifestazione psicologica di solipsismo...). In materia di istituti di democrazia diretta esistono sperimentazioni che vanno nella direzione della democrazia partecipativa (anche in Italia, dalle attività di una parte dell'associazionismo cattolico e laico al lavoro di studiosi come Michele Sorice, Giovanni Moro e altri sulla cittadinanza attiva in alcune aree del Paese), oppure di quella deliberativa, che prevede la discussione e poi la decisione da parte di gruppi di cittadini adeguatamente e «neutralmente» informati in precedenza. In un caso e nell'altro, quindi, percorsi realmente partecipati, e antitetici a un impiego della rete dall'alto al basso e top-down, che la strumentalissima proposta di Di Stefano vorrebbe legittimare addirittura per via costituzionale, e che costituisce una quota rilevante della modalità di impiegare il web secondo gli esponenti del «partito-non partito» a 5 Stelle.

\* Docente Analisi politiche - Università Bocconi



L'ESPERTO DELLA SCUOLA DI CHICAGO HA MESSO AL CENTRO DEI SUOI STUDI I FATTOREI EMOTIVI. IMPERSONÒ SE STESSO NEL FILM «LA GRANDE SCOMMESSA»

# Il Nobel che svela i segreti delle fake news

Premiato Thaler, l'economista-psicologo che ha spiegato perché crediamo alle notizie false

 STEFANO LEPRÌ  
ROMA

Aiutano a capire perché la gente talvolta crede alle frottole gli studi dell'americano Richard Thaler, premiato ieri con il Nobel per l'Economia. Per difetti di conoscenza, per fattori emotivi, per imitazione degli altri, spesso accade di perdere denaro o di rinunciare ad occasioni di guadagno.

Proprio in questi tempi in cui si temono le «fake news», le notizie inventate, torna utile il libro «Nudge: la spinta gentile. La nuova strategia per migliorare le nostre decisioni sul denaro» (Feltrinelli 2014) che Thaler ha scritto insieme con il politologo Cass Sunstein.

Ovvero, come Thaler stesso disse in tv l'anno scorso durante la campagna elettorale, «a chi vota Donald Trump non interessa che alcune sue affermazioni siano contraddittorie tra loro, e che altre siano manifestamente false. Sono arrabbiati, e vogliono mostrarlo». Fa parte di una scuola - già premiata con il Nobel a Daniel Kahneman nel 2002 - che ha fatto ricorso alla psicologia per criticare certe basi su cui lo studio dell'economia si era fino allora fondato: ovvero che, nella media, gli umani usino saggiamente e razionalmente il loro denaro.

Così l'hanno chiamato a impersonare sé stesso in una scena del film «La grande scommessa» per confutare un'illusione assai comune sui mercati finanziari. Non c'è ragione, dice, perché un fondo di investimento redditizio negli anni passati lo rimanga anche in futuro (infatti ne ha fondato uno lui, per cercare di guadagnare con le sue scoperte). Nato 72 anni fa nel New Jersey, laureato in una università non famosa, insegnava ora alla Chicago Booth School of Busi-

ness, dove prevalgono i neoliberisti che critica. Racconta il suo percorso nel libro «Misbehaving» aperto da una citazione dell'italiano Vilfredo Pareto.

Agli inizi della carriera di professore, Thaler proponeva ai suoi studenti una prova molto severa, con punteggi fino a 100. Il voto medio risultava attorno a 72, e gli studenti protestavano. Escogitò allora di alzare il punteggio massimo a 137 senza mutare la difficoltà del test. Dato che così ottenevano punteggi medi vicino a 100, gli studenti furono da subito più contenti. L'aritmetica dice che 98 su 137 è all'incirca lo stesso, anzi un pochino meno, che 72 su 100; ma l'effetto cambiava. Secondo le dottrine economiche correnti, non avrebbe potuto essere così. Quelle dottrine si fondavano sull'illusione che si potesse descrivere la realtà a partire da una astrazione chiamata «homo oeconomicus» capace in ogni momento di calcolare il massimo vantaggio attraverso un freddo uso dei numeri. Secondo Thaler, si finisce così per dipingere degli extraterrestri, gli «Econ», molto diversi da noi.

Tenta di mettere in conto le stranezze umane l'economia comportamentale, ora sempre più insegnata nelle università. Fondata dagli israeliani Kahneman e Amos Tversky, l'hanno proseguita Thaler e Robert Shiller, co-vincitore del Nobel 2013, uno dei pochi a prevedere la grande crisi finanziaria. Nel libro scritto con Sunstein (che è stato anche consigliere di Barack Obama), Thaler propone di combattere le scelte politiche irrazionali dei cittadini senza mai vietare nulla: con l'informazione, con incentivi vari. Ad esempio come fa l'Europa con la scritta «il fumo uccide» sui pacchetti di sigarette.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI





## Commento

# La sinistra vuole imporci la censura (sul web) Come ai tempi del Duce

PAOLO BECCHI - GIUSEPPE PALMA

■■■ L'élite finanziaria e globalista non può più permettersi esiti elettorali come quelli della Brexit o dell'elezione di Trump. Se nei decenni passati era sufficiente mettere le mani sui grandi giornali e le televisioni, dirigendo e manipolando l'informazione, negli ultimi anni si è trovata di fronte ad un fenomeno nuovo, sfuggente: internet, la rete, che da quando è nata ha regalato a tutti la libertà di diffusione delle idee e la democraticità della loro diffusione. Proprio in Italia le origini, ormai dimenticate, del M5s erano proprio da ricercare nella rete. Troppa libertà in rete? Non resta che ricorrere alla censura. Qualche segnale: il mese scorso *Liberoquotidiano.it* è stato hackerato e oscurato per qualche giorno, di questi giorni è l'oscuramento del canale youtube del blog *scenarieconomici.it*, diretto da Antonio Rinaldi.

Ora con la scusa meschina di voler contrastare le fake news, il PD tenta di zittire anche il web. Si cerca cioè di mettere il bavaglio al dissenso, che ormai si esprime soprattutto in rete. In piena estate, mentre tutti erano distracti dai bagni e dal calcio-mercato, la Camera dei deputati ha approvato una norma - contenuta in un emendamento presentato all'ultimo momento da un deputato di questo partito - che consentirà all'Agcom di sequestrare direttamente i contenuti sul web. Di cosa si tratta?

Si tratta di una disposizione inserita il 19 luglio 2017 nelle "Disposizioni per l'adempimento degli obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia all'Unione Europea", approvata a Montecitorio in tutta fretta il giorno dopo. In pratica l'Agcom - autorità amministrativa che vigila sulle comunicazioni -, su istanza di chiunque ne faccia richiesta, potrà procedere alla cancellazione o al sequestro preventivo del contenuto di un blog, di un sito o di un semplice post su un qualsiasi social network (facebook, twitter, telegram, etc). Il motivo è sempre il solito: «Ce lo chiede l'Europa», ma in verità la direttiva 2004/48/CE (recepita con decreto legislativo

140/2006) prevede almeno che l'azione "censura" sia sottoposta al controllo da parte dell'Autorità giudiziaria, cioè di un giudice. La nuova disposizione approvata a luglio, invece, esclude proprio questo: il controllo giudiziario, sia preventivo che postumo. Non vi è alcuna possibilità di rivolgersi alla magistratura nel caso di censura. Il ricorso potrà eventualmente essere presentato solo nei confronti dell'Agcom, cioè del medesimo organo censore. Una procedura medievale, indegna di un paese civile e incostituzionale.

L'appiglio è quello della tutela del diritto d'autore contro eventuali illeciti da parte del cosiddetto "popolo della rete". Scriviamo pretesto perché proprio di una scusa bella e buona si tratta. L'Agcom potrà sospendere, cancellare, sequestrare il contenuto di un blog o di un post sui social network se violano la proprietà intellettuale, cioè il diritto d'autore, che potrebbe riguardare ad esempio l'articolo di un giornale o lo stralcio di un libro. Non si potrà più citare e magari ridicolizzare con una battuta l'autore della citazione, perché si correrà il rischio di essere censurati. Insomma, con il pretesto di tutelare il diritto d'autore, si finisce col zittire il pensiero libero. Perché la norma trovi applicazione, dovrà essere approvata anche al Senato. Se Palazzo Madama dovesse approvarla, la norma censura entrerà in vigore. Con conseguente fine della libertà sul web. La "sinistra" antifascista si sta paradossalmente comportando come l'OVRA durante il fascismo. Anzi peggio, perché qui la dittatura del pensiero unico si nasconde dietro la maschera della democrazia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Il capo dei senatori leghisti spinge le fake news su Boldrini

Centinaio e il post sul finto fratello: uno scherzo, la gente sia meno credulona



Mi scuso se ho offeso la presidente della Camera Online viene preso tutto per oro colato, io che cosa ci posso fare?

## La polemica

di Martina Pennisi

**MILANO** Agli antipodi. Non solo (quasi) geograficamente: negli Stati Uniti l'osessione mediatico-politica per la disinformazione online vede crescere di giorno in giorno il suo massimo storico; in Italia c'è chi si diverte a far circolare notizie false. E non un utente qualsiasi, ma un senatore, capogruppo della Lega Nord a Palazzo Madama, Gian Marco Centinaio.

Lo scorso 27 settembre ha condiviso sul suo profilo Facebook la fotografia di un uomo con un flûte corredata dalla dicitura: «Lui è Andrea Boldrini, fratello di Laura Boldrini. La sorella l'ha fatto nominare direttore generale del centro coordinamento delle regioni. Prende 47 mila euro al mese. Nessun Tg ne

parla!». Lo schema è il solito: c'è una delle vittime preferite delle assurdità in Rete, la presidente della Camera, ci sono le corsie preferenziali concesse ai parenti dei politici e non manca un riferimento a stipendi da capogiro. Game, set, match: il post è stato condiviso più di 18 mila volte.

Poco importa se l'uomo della foto non ha nulla a che fare con i tre fratelli di Boldrini, Andrea, Enrico e Ugo. Come ricostruito dal blogger David Puente, si tratta di Andrea Spallarossa, sostenitore di Forza Italia che sulla sua pagina ironizza con la stessa modalità su un presunto figlio del ministro Graziano Delrio che «mangia a sbafo» mentre il padre fa lo sciopero della fame. E poco importa se sono passati solo pochi mesi dalla diffusione di un'altra falsità su una parente di Boldrini. La sorella, in quel caso, che è in realtà morta da anni e non è mai stata attiva nell'assistenza ai migranti, come si leggeva online.

Centinaio ha pubblicato il post, si è scatenata una cieca indignazione e in molti ci hanno creduto. «Era uno scherzo fra amici, una goliardata», dichiara il senatore al *Corriere della Sera*. «Ho chiarito più volte che si trattava di uno scherzo», prosegue. Poi allarga le braccia: «Online viene preso tutto per oro colato, io che ci posso fare. Le persone dovrebbero essere meno credulone».

In realtà, come ci racconta il dibattito Oltreoceano, la questione è più delicata: la capacità dei social network di

amplificare e allo stesso tempo di direzionare chirurgicamente i messaggi a destinatari potenzialmente interessati o sensibili al tema può essere sfruttata per (provare a) manipolare l'opinione pubblica. Una delle società più importanti al mondo — Facebook, appunto — ne sta rispondendo davanti al Congresso Usa, anche perché c'è di mezzo il suo modello di business: la vendita di spazi pubblicitari, che la numero due Sheryl Sandberg ha ricordato nelle ultime ore devono rimanere a disposizione di chiunque «abbia facoltà di acquistarli» indipendentemente dalle sue idee.

Centinaio, in Rete, non sente il peso del suo ruolo: «Un politico sui social deve essere per forza serio e serioso?», si chiede. Assicura poi di non aver voluto in alcun modo colpire Boldrini in quanto avversaria politica: «Mi scuso se l'ho offesa, avrei condiviso il post anche se si fosse trattato del finto fratello di Salvini». Anche in questo caso i precedenti invitrebbero a una maggiore cautela.

Come detto, la presidente della Camera è uno dei bersagli preferiti degli spacciatori di falsità e dei cosiddetti odiatori. Poco meno di un anno fa ha pubblicato sulla sua pagina i nomi di chi la insulta online. Lo scorso febbraio ha iniziato un'attività di sensibilizzazione collettiva sul tema della disinformazione con la campagna BastaBufo. La strada, evidentemente, è ancora lunga e in salita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Se il web è diventato  
uno specchio, la sfida è  
trovare vere connessioni

# Eccol'era della solitudine di massa

Senza confronto sostituita  
tra punti di vista dal regno  
eterogenei dell'Uroboro,  
la democrazia serpente che si  
rischia di essere morde la coda

MICHELEAINIS

**L**a libertà di manifestazione del pensiero rappresenta la "pietra angolare" della democrazia, dichiara una celebre sentenza della Corte Costituzionale, vergata nel 1969. Ma ormai non più: qui e oggi, la questione dirimente non è di garantire la circolazione delle idee, bensì la loro formazione, la loro genuina concezione. Perché non siamo più liberi di pensare i nostri stessi pensieri, ecco il problema. Pensiamo di pensare, ma in realtà ripetiamo come pappagalli i pensieri altrui. O al limite anche i nostri, però amplificati e deformati, senza verifiche, senza alcun confronto con le opinioni avverse. È l'universo autistico in cui siamo rinchiusi, anche se per lo più non ci facciamo caso. Un

universo tolemaico, in cui il sole gira attorno alla terra – ed è ognuno di noi, la terra.

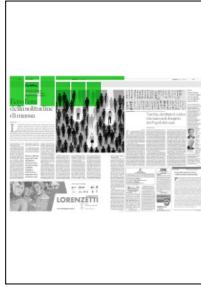
Questa storia comincia il 4 dicembre 2009, quando Google avvertì i propri utenti che da allora in poi avrebbe personalizzato il proprio motore di ricerca. Significa che i risultati cambiano a seconda delle ricerche precedenti, del computer da cui stiamo interrogando Google, del luogo nel quale ci troviamo. In breve, significa che se due tifosi della Juve e della Roma – per esempio – digitano "calcio", otterranno pagine diverse, sia nel numero sia nella gerarchia delle notizie. Più che una riforma, una rivoluzione, come per primo s'incaricò di segnalare un libro divenuto cult (Eli Pariser, *The Filter Bubble*, 2011). E la rivoluzione si propa-

gò immediatamente agli altri giganti della Rete, da Apple a Microsoft, da Amazon a Facebook, a Twitter, a WhatsApp. Ciascuno di loro succhia dati mentre navighiamo online, carpisce i nostri gusti, le nostre opinioni, le nostre frequentazioni telematiche, per venderle poi agli inserzionisti, che in questo modo possono inseguirci con una pubblicità tagliata su misura.

È la "profilazione" dell'utente, un nuovo strumento che affila le tecniche di marketing, le rende sempre più sofisticate. D'altronde, grazie ai dispositivi mobili, non è più necessario interrogare i motori di ricerca, perché loro ti rispondono senza lasciarti il tempo di formulare la domanda. Si è così realizzata

la visione di cui parlava nel 2010 Eric Schmidt, amministratore delegato di Google: «Immagina di star camminando per strada. A causa di tutte le informazioni che Google ha raccolto su di te, noi sappiamo chi sei, a cosa sei interessato, chi sono i tuoi amici. Google sa, con l'approssimazione di pochi centimetri, dove ti trovi. Se hai bisogno di latte, e se c'è un negozio che lo vende lì vicino, Google te lo segnalerà».

Noi non sappiamo quali informazioni personali detengano i signori della Rete. Sappiamo che una società per la raccolta dei dati come Axiom ha una media di 1500 informazioni su ogni americano. Sappiamo che Google usa 57 indicatori per profilarsi dalla testa ai piedi. Sappiamo che Netflix ospita la



più grande banca dati al mondo, quanto alle preferenze dei consumatori in materia di fiction cinematografica e televisiva. Sappiamo che cercando una parola come "depressione" su un dizionario online, il sito installa fino a 223 cookies nel nostro computer. E sappiamo, o almeno crediamo di sapere, che navigare da uno smartphone o da un tablet non costa nulla, è gratis. Invece non è vero. Paghiamo ogni chat, ogni ricerca, ogni consultazione online spogliandoci delle nostre informazioni personali. E non è vero che lo facciamo volentieri: nel 2012 un sondaggio realizzato da Pew Internet attestò che il 73% degli americani ritiene che la profilazione costituisca una violazione della privacy. Infine, non è vero che accettando i cookies rinunciamo consapevolmente alla segretezza delle nostre informazioni: giacché i più non li accetterebbero, se conoscessero la quantità di dati che prelevano. Tu dai il consenso per una radiografia, loro ti somministrano una tac.

Sennonché le tecniche di profilazione non chiamano in causa unicamente i nuovi business o la vecchia privacy. Mettono in gioco la possibilità di rapportarci gli uni agli altri, d'aprirsi al mondo esterno. Così come l'algoritmo di Amazon ci suggeri-

sce libri simili a quelli che stiamo consultando, al contempo i filtri che agiscono sul web tendono a proporci all'infinito le stesse fonti da cui già ci siamo alimentati, le stesse opinioni, le stesse informazioni. Si chiama *echo chamber*, camera dell'eco: una metafora per evocare la ripetizione delle idee in un ambiente claustrofobico, impermeabile alle sollecitazioni. E la Rete diventa un po' come uno specchio, una superficie riflettente dove non si moltiplica l'immagine del mondo bensì quella dei singoli individui, o al limite delle comunità parziali, come i seguaci d'una setta. Le informazioni circolano, ma a comportamenti stagni, in circuiti separati. Ne è prova, per esempio, una ricerca pubblicata da *Scientific reports* nel 2016 (*Echo Chambers: Emotional Contagion and Group Polarization on Facebook*): i gruppi chiusi di Facebook ignorano le informazioni discordanti rispetto alle proprie convinzioni, mentre accettano quelle che suonano conformi, anche se chiaramente false.

Da qui il *confirmation bias*, ovvero l'influenza delle nostre aspettative sui fatti rispetto al modo con cui li interpretiamo: uno schema mentale antico quanto l'uomo, che però l'informatica eleva alla massima vo-

tenza. Da qui, di conseguenza, il fenomeno della *post-truth*, che Oxford dictionaries ha scelto come parola dell'anno 2016. In questo caso la "post-verità" esprime l'irrilevanza dei fatti nella formazione dei processi cognitivi, come la negazione del riscaldamento globale o le false informazioni che hanno determinato Brexit (per esempio circa i costi pagati dagli inglesi all'Unione europea: 350 milioni di sterline a settimana, una cifra mai documentata). Da qui, infine, una neonata disciplina: l'agnotologia, battezzata da Robert Proctor per indicare lo studio dell'ignoranza indotta attraverso dati scientifici fuorvianti.

D'altronde come mai potremmo smascherare il falso, quando nessuna controverità ha accesso alle nostre stanze tematiche? È infatti questa la nuova condizione umana: una solitudine di massa, come se il gomitolo delle nostre relazioni si fosse riavvolto tutt'a un tratto, lasciandoci senza un filo che ci connetta agli altri. E lasciandoci, perciò, senza democrazia, dato che quest'ultima si nutre del confronto tra punti di vista eterogenei. Quale regime potrà sostituirla? Il regno dell'Uroboro, serpente che si morde la coda, formando un cerchio chiuso. Il regno dell'autoreferenza.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

**Il presidente parla di «bufale» contro di lei, ma spesso è vero**

# E la Boldrini creò fake news

■ Bufale, controbufale e molta confusione. È notoria la battaglia che la Presidente della Camera Laura Boldrini sta conducendo contro il dilagare delle false notizie che viaggiano su internet tra le quali anche quelle che riguardano lei stessa. La Terza Carica dello Stato smenti-

sce le dieci principali sciocchezze che le vengono attribuite. Una sorta di confutazione delle cose false: frasi e azioni che lei non avrebbe mai detto o fatto. Ma noi abbiamo provato a fare il contrario scoprendo alcune cose un bel po' curiose: alla fine è tutto vero.

→ a pagina 9

# Ecco le false bufale della Boldrini

La presidente della Camera smentisce 10 presunti «fake» che circolano contro di lei  
Ma non sempre dice il vero. Come su Castel Porziano, monumenti fascisti e immigrati

## Foro Italico

Sostiene di non voler abbattere l'obelisco. Ma un video la inchioda

## Stupro di Rimini

Dice di aver subito commentato Ma l'ha fatto molti giorni dopo

## Pietro De Leo

■ Bufale, controbufale e un po' di caciara. È notoria la battaglia che la Presidente della Camera, Laura Boldrini, sta conducendo contro il dilagare delle false notizie su internet, fenomeno che, purtroppo, riguarda anche lei, come molti altri attori istituzionali e leader politici. L'altro ieri la rivista online *Giornalettismo.com* ha pubblicato un video in cui la Terza Carica dello Stato smentisce le dieci principali fregnacce che le vengono attribuite. Un vero e proprio «debunking», cioè la confutazione di cose false.

Noi abbiamo provato a fare il «debunking del debunking», scoprendo alcune cose un bel po' curiose. Alla posizione numero 10 delle bufale, la giornalista chiede: «È vero che ad agosto lei era al mare a Castel Porziano a spese del contribuente sorvegliata dai corazzieri?». La Presidente ironizza: «Nient'altro? No, io non ero a Castel Porziano ad agosto. Ho saputo di questa bufala, di questa perla quand'ero in Grecia, a sepese mie, perché io le vacanze me le sono sempre pagate». Alt. Mentre la giornalista pone la domanda, viene mostrato un titolo di un pezzo de *il Giornale* sui soggiorni della signora Boldrini nella tenuta di Castel Porziano (una delle residenze estive del Presidente della Repubblica), in cui a sua volta era citato

un articolo de *Il Tempo*, che per primo aveva dato la notizia. Solo che i soggiorni riportati da noi non si riferivano precisamente ad agosto, ma più genericamente dalla fine di maggio in poi. Una lettera dell'Ufficio stampa del Quirinale a *Il Tempo*, peraltro, confermava che «la presidente Boldrini è ospite saltuaria della spiaggia della tenuta presidenziale di Castelporziano». Quindi ringraziamo per il «romanzier» con cui la presidente apostrofa i giornalisti che hanno dato la notizia, se non altro perché l'arte della letteratura è senz'altro più utile del distorcere le cose a proprio piacimento.

Al nono posto delle bufale, la giornalista chiede: «Giornali come *Libero*, *Il Tempo*, *il*

*Giornale* hanno scritto che lei vorrebbe abbattere i monumenti fascisti: è vero?». La Presidente risponde: «Ma no, ma certo che no, come potrei pensare una cosa del genere? Peraltro, anche nel mio ufficio ho un bel quadro di Sironi». Attenzione, anche qui.

Questa è una storia vecchia, un ping pong che va avanti da due anni. Ma alcune immagini, facilmente rintracciabili su Youtube (possiamo fornire i link a gentile richiesta), parlano chiaro. Era l'aprile 2015 e la Terza Carica dello Stato ave-

va appena incontrato un gruppo di partigiani. Ad un certo punto le si avvicina uno di loro, e le fa: «Dopo tutto quello che ci siamo detti penso che dovremmo fare qualcosa per ripulire tutte le strade d'Italia dal fascismo che sta ritornando», esclama l'uomo mentre la Presidente annuisce, e lui continua: «E oltretutto abbattere quella colonna al Foro Italico con la vergognosa scritta "Mussolini Dux", quella è ora di abbatterla». Lei, continuando ad annuire vistosamente, si aggancia: «O per lo meno è ora di togliere la scritta». Tutto molto chiaro... o è bufala pure il filmato?

Andiamo alla presunta fregnaccia numero 8. Viene mostrato un post facebook di Salvini con un filmato che mostra dei disordini a Milano con alcuni immigrati come protagonisti (probabilmente è la vicenda, documentata anche in queste pagine, dell'aggressione a una pattuglia di militari dopo che avevano «osato» chiedere i documenti ad uno di loro). Nel post, Salvini parla di «risorse boldriniane». «Gli imigrati che delinquono sono dei delinquenti, e i delinquenti non hanno assolutamente nulla di boldrini», replica la Presidente.

Ora, spacciare una critica



politica per una bufala non aiuta, propriamente, a focalizzare la verità. Specie nel momento in cui la Presidente è notoriamente sostenitrice delle «porte aperte», del multiculturalismo, senza preoccuparsi troppo delle conseguenze sulla sicurezza, e soprattutto è autrice di parole come queste: «I migranti oggi sono l'elemento umano, l'avanguardia di questa globalizzazione. E ci offrono uno stile di vita che presto sarà uno stile di vita per tutti noi».

Bufla numero 7: «La accusano di essere rimasta in silenzio dopo i terribili stupri di Rimini». Ecco la replica: «Non è vero, io ho parlato in un momento in cui peraltro ancora c'erano le indagini in corso». Qui tornano utili le date: l'orrore di Rimini si verificò nella notte tra il 26 e il 27

agosto scorsi, e sin da subito fu chiaro come ad averlo commesso fosse un gruppo di immigrati. La dichiarazione della Presidente in merito arrivò soltanto il 29 agosto, alle sei di sera. Chiaro che, nel lasso di tempo intercorrente ci fosse chi si poneva domande su un silenzio così prolungato di una paladina dei diritti delle donne.

Assolutamente false, questo sì, alcune attribuzioni che vengono «smontate» andando avanti nel filmato: quelle sulla proposta di una tassa per la carne di maiale, sull'obbligo del kebab nei ristoranti, quella della volontà di cancellare il festeggiamento del Natale nelle scuole. E quelle sulla sua famiglia: un improbabile cugino Temistocle assunto al Senato come posteggiatore a 30 mila euro al mese e la bugia più

infame di tutte su sua sorella, che un banner di Facebook accusa di fare affari con il mondo delle cooperative sui migranti quando, nella realtà, la donna è mancata per una brutta malattia diversi anni fa e si occupava di tutt'altro.

Per queste ultime attribuzioni il «debunking» boldriniano è ineccepibile. C'è però un altro scivolone, e riguarda l'aver spacciato come «bufala» un post (un fantomatico appello della Boldrini per fissare l'obbligo di ospitare i vu cumprà sotto l'ombrellone nelle ore più calde) pubblicato da «Lercio», sito notoriamente ed esplicitamente satirico. Speriamo che, con questa scusa della guerra alle bufale, tra un po' non sia messa in discussione pure la libertà di scherzare un po'. ©RIPRODUZIONE RISERVATA

# Niente fake sulla scheda

colloquio con **Laura Boldrini** di **Marco Damilano**

**N**on condividere notizie che non hai verificato. Ricorda che anche internet e i social network sono manipolabili. Hai un potere enorme: usalo bene...». Laura Boldrini legge alcuni punti del decalogo per l'educazione civica digitale che sarà presentato il 31 ottobre nelle scuole italiane dalla presidente della Camera, insieme alla ministra per l'Istruzione Valeria Fedeli. Sarà un decalogo aperto, perché gli ultimi articoli sono affidati alla creatività dei ragazzi.

La presidente della Camera vede da tempo nella battaglia per il corretto uso della rete e dei social network una delle questioni centrali del suo mandato istituzionale: «Spesso mi viene chiesto perché chi presiede l'assem-

blea di Montecitorio debba occuparsi di questi temi e non capisco il motivo della domanda. Il digitale è il presente e il futuro, è la nuova frontiera dei diritti. E le istituzioni hanno il dovere di mettere i cittadini nelle

**La presidente della Camera chiede ai partiti un patto di lealtà per una campagna elettorale pulita**

condizioni di vivere questo spazio al meglio, di non essere lasciati soli. La scuola è il luogo della formazione ed è lì che bisogna anche imparare a navigare nello spazio digitale. In Parlamento stiamo riempiendo un vuoto: tra le quattordici commissioni permanenti non ce n'era una che si occupasse di affari digitali. Per questo ho istituito la commissione internet composta da deputati ed esperti. Con lo stesso criterio è nata la Commissione intitolata a Jo Cox, dedicata ai fenomeni di odio».

Si parla di Rete come veicolo di menzogne, ma in tutto il mondo blogger e giornalisti usano il network per far circolare verità nascoste, scomode per i poteri: «Donne come Daphne Caruana Galizia, la blogger maltese fatta saltare in aria, dimostrano che le minacce online si possono trasformare in azioni violente nella vita reale. Un motivo in più per chiedere a tutti di non sottovalutare la violenza in rete e di impegnarsi maggiormente per contrastarla: il giornalismo, la magistratura, la polizia».

Non ha paura di una pedagogia dall'alto, rispetto al mondo della Rete che si percepisce come il luogo della libertà, se non dell'anarchia? «La Rete sta maturando», replica Boldrini. «Libertà non è assenza di regole. Se così fosse varrebbe la legge del più forte, l'arbitrio. Nel mondo digitale finora i più potenti hanno potuto dettare le loro condizioni. I giganti del web eludono il fisco per decine di miliardi di euro. In Italia secondo l'Ufficio Parlamentare di bilancio sono cinque o sei i miliardi di gettito fiscale sottratto alle casse dello Stato. Recuperando questi soldi si potrebbero, ad esempio, creare misure per sostenere l'occupazione giovanile o per finanziare il reddito di inclusione. Gli "over the top" del mondo digitale continuano a fare troppo poco anche per tutelare le vittime di violenza sulla rete. Ho parlato di recente con la mamma di Tiziana Cantone, la ragazza di trentadue anni che si è tolta la vita per la gogna mediatica che ha dovuto subire, e mi ha detto che ancora oggi circolano le immagini di sua figlia in rete. E la commissione dedicata a "Jo Cox", la

deputata laburista uccisa alla vigilia del voto della Brexit ha rilevato che in Italia la misoginia è la forma di odio più diffusa online».

Boldrini ne sa qualcosa: è stata bersagliata da fake news e aggressioni sessiste: «Ho deciso di non subire più e di andare all'attacco, come sempre ho fatto nella mia vita. Non abbasso la testa di fronte alle intimidazioni. E ho scelto di denunciare. Da quando ho intrapreso azioni civili e penali c'è stato un crollo di minacce e di insulti: i leoni da tastiera sono in ritirata. Continuerò a farlo per conto di tutti quelli che soffrono in silenzio e che ora si sentono meno soli».

**I**leoni da tastiera sono annidati anche nelle istituzioni: il capogruppo della Lega Nord a Palazzo Madama, il senatore Marco Centinaio, ha messo in rete la notizia che il fratello di Boldrini prende 47 mila euro al mese e ha pubblicato la foto. Era falsa la foto, falsissima la notizia, ma ci sono state 18 mila visualizzazioni. «Il senatore ha espletato il suo mandato non con disciplina e onore, come recita la Costituzione, ma truffando i cittadini e diffamando la presidente della Camera. Si squalifica da solo. È un episodio molto grave, è la prima volta che un parlamentare si vanta di diffondere fake news a viso aperto. E questo richiama un aspetto più politico». Quale? «un uso perverso della rete che incide sulle sorti del dibattito pubblico, lo inquina profondamente influenzando il consenso e il dissenso, arrivando ad alterare l'assetto democratico. I cittadini rischiano di essere manipolati da figurì che usano la rete per rovinare la reputazione di una persona distruggendone l'immagine

pubblica di un avversario politico senza lasciare le impronte. Questa è una grande questione democratica. Abbiamo visto quanto negli Usa l'ultima campagna presidenziale sia stata condizionata da fake news come quella che Hillary Clinton fosse collegata a una rete di pedofili a Washington. In Francia Emmanuel Macron ha affermato che i russi hanno cercato di condizionare le elezioni. Si prova in questo modo a usare i cittadini come "puppets", marionette in mano a burattinai occulti».

Che cosa si aspetta, e cosa teme, la presidente della Camera da quella che si preannuncia come la campagna elettorale più digitale della storia, combattuta sui social network? «Chi si candida dovrebbe dimostrare di essere all'altezza dell'impegno con una campagna elettorale trasparente. Chi la farà diffamando gli avversari, indicando un nemico da distruggere, farà un torto ai cittadini. C'è da preoccuparsi perché c'è già chi nel mondo politico sta diffondendo bufale per attaccare chi porta avanti idee sgradite. Circolano libri che raccontano come si è tentato di distruggere la reputazione delle persone attraverso l'uso distorto della rete. Per me invece essere corretta politicamente è un valore. Non vuol dire essere ipocriti, ma rispettare l'avversario. Chi prova a vincere azzoppendo con slealtà il competitore ha già perso la gara in partenza. Per questo chiedo a tutti i partiti per le prossime elezioni un patto di lealtà e correttezza, l'impegno a non inquinare il dibattito pubblico per orientare l'elettorato con strumenti non leciti, un gentlemen e gentlewomen agreement per non imbrogliare le persone. Che si faccia campagna a viso aperto. Non mascherati».

## L'uso perverso della rete inquina il dibattito pubblico e il voto: è già successo negli Usa e in Francia

## COMUNICAZIONE POLITICA

# Il consenso e la verità calpestata

**Nell'era dell'«internazionale della rabbia», i fatti reali perdono consistenza fino a sfumare nell'ininfluenza**

di Emilia Patta

**I**l 16 novembre del 2016 Oxford Dictionaries annuncia di aver decretato *post-truth* come parola dell'anno. Un'espressione tradotta in italiano come «post verità» e che, secondo la definizione di Oxford Dictionaries, identifica un fenomeno che si manifesta nel processo di formazione dell'opinione pubblica: «L'appello alle emozioni e al giudizio personale diventa più importante dell'oggettività dei fatti e in questo particolare contesto la menzogna può risultare indifferente nella formazione di una valutazione politica». Da qui parte l'ultimo libro di Fabio Martini, giornalista politico di lungo corso e inviato della Stampa, intitolato eloquentemente *La fabbrica delle verità. L'Italia immaginaria della propaganda da Mussolini a Grillo*. Il 2016 è l'anno della Brexit, della vittoria del «bugiardo» Donald Trump alle presidenziali degli Stati Uniti, della sconfitta del referendum costituzionale in Italia. Tre votazioni diverse nel peso ma rivelatrici di una tendenza che sembra aver conquistato la comunicazione politica e il rapporto tra cittadini e istituzioni in tutto l'Occidente: una sorta di «internazionale della rabbia» di fronte alla quale i fatti reali perdono consistenza fino a sfumare nell'ininfluenza. Esemplare il caso di Matteo Renzi e della bocciatura di una riforma costituzionale che nei contenuti più facilmente comunicabili (riduzione dei costi della politica e semplificazione istituzionale tramite l'abolizione del Senato elettivo) era promossa dagli italiani in tutti i sondaggi. Martini ricorda come nell'importante discorso di Verona del 13 settembre 2012, con il quale l'ex premier lanciò la sfida alla leadership del Pd e del centrosinistra, Renzi declamò un programma politico e di governo che sarebbe stato in buona parte attuato. Un inedito nella poli-

tica italiana. Eppure lo «storytelling» dell'azione di governo si è via via trasformato in autoelogio, con una presenza televisiva e mediatica ossessiva che alla fine ha provocato il rigetto da parte degli elettori.

Quello di Martini è un viaggio nell'arte della comunicazione di governo (e non) basato su fonti rigorose ma leggero e scorrevole nel racconto, ricco di esempi rivelatori. Un viaggio che non può che cominciare dall'inventore della macchina moderna della comunicazione, ossia Benito Mussolini, che non si limita ad esercitare la censura ma attraverso un uso sapiente dei moderni mezzi di comunicazione (radio, cinegiornali, cinema) fabbrica l'immagine di una nazione al di sopra di ogni sospetto, dove anche la cronaca nera scompare. Un effetto «narcotico», quello della censura, che continuerà anche nei primi lustri dell'epoca democristiana, quasi senza soluzione di continuità (la censura fu abolita solo nel 1962). Con effetti ridicoli ai nostri occhi di contemporanei: Martini ricorda come, nei primi anni di Carosello, la Rai non fece trasmettere la pubblicità di un'azienda produttrice di mobili dallo slogan portante «Poltrone e divani per parlare» «perché parlare era un'attività elitaria e classista e che quel riferimento offendeva i sentimenti democratici».

Eppure questa antica propensione al controllo dell'informazione, che in Italia si traduce per molti anni nel controllo della Rai, può poco di fronte all'«internazionale della rabbia». Con una notazione interessante: il terreno per il sentimento anticasta e per il complotismo che pervadono oggi il Movimento 5 stelle di Beppe Grillo è stato preparato proprio dalla Rai, ormai de-demonianizzata, con trasmissioni come *Samarcanda* (1987-1992) di Michele Santoro: entra in scena «la piazza» e con essa «il vittimismo come attitudine italiana, l'irresistibile inclinazione all'indignazione e l'intintiva simpatia per chiunque protesti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA  
**Fabio Martini, *La fabbrica delle verità. L'Italia immaginaria della propaganda da Mussolini a Grillo*, Marsilio, Venezia, pagg. 208, € 16**



# TRA POST-VERITÀ E INFORMAZIONE EMOTIVA

ANTONIO NICITA

**E** passato un anno da quando "post-verità" è stata dichiarata parola dell'anno da *Oxford Dictionaries*. È stato un anno di studi, analisi, proposte di policy e di regolazione dei nuovi media, a partire dai social media, sui temi dell'*'hate speech'* e delle strategie di disinformazione che si nutrono di falsità. E sull'impatto della post-verità sulla qualità della democrazia deliberativa. Un dibattito destinato a continuare nei prossimi anni.

C'è chi ritiene che tutta quest'attenzione sulla post-verità sia un abbaglio, la denuncia elitaria di chi ha perduto il controllo sui vecchi media. È vero, bufale e menzogne sono sempre esistite, specie nei rapporti tra potere e media, tra propaganda e libertà di espressione. Ma, come spiega bene nel suo nuovo libro (*Post-verità e altri enigmi*, Il Mulino) Maurizio Ferraris, l'avvento del paradigma della post-verità è qualcosa di intrinsecamente nuovo nella relazione tra verità e libertà d'espressione.

Ciò che oggi appare nuovo nel rapporto tra libertà d'espressione e verità è il ruolo di quella "rivoluzione tecnica" rappresentata dal web — anche nella interazione con i media tradizionali — la "documedialità" di cui parla Ferraris che mette al centro le emozioni nella selezione delle informazioni.

Il paradosso cui assistiamo, dopo un anno di dibattiti e riflessioni, è il possibile divorzio tra libertà e verità nel passaggio dai vecchi ai nuovi media. O se si vuole, la censura tra concorrenza e pluralismo. Motori di ricerca, social network e social media, da luogo di *free speech* e *free access*, di pluralismo per antonomasia, rischiano di cementificare le premesse materiali della post-verità.

Nel mercato digitale delle idee, l'offerta di informazioni tende ad essere sempre più profilata, con algoritmi che tendono a raccontarci una realtà che somiglia ai nostri desideri, al nostro "tipo", in base al comportamento che riveliamo nel web. Allo stesso modo, dal lato della domanda, tendiamo a ricercare ciò che ci interessa, che ci dà ragione, che conferma i nostri "pre-giudizi" (*confirmation bias*), trascurando o cancellando dal nostro orizzonte informativo tutto ciò che falsifica la nostra pregressa visione del mondo.

Questo doppio filtro dal lato della domanda e dell'offerta, fatto di *echo chamber* e di profilazione, ci restituisce un mondo informativo parziale e "su misura", la cui effettiva dimensione dipende dalla nostra curiosità, dalla disponibilità a sperimentare cose nuove, a misu-

rari con idee diverse dalle nostre e così via. E più diamo spazio alle emozioni nella ricerca di "verità", più quel mondo informativo diventa uno specchio delle nostre brame, con l'illusione che ciò che lo specchio ci restituisce sia la verità su come vanno effettivamente le cose, dalla politica ai vaccini.

Sono i limiti cognitivi dal lato della domanda di informazione, studiati dai premi Nobel Daniel Kahneman e Richard Thaler, a generare le distorsioni informative. Non le bugie in sé, dunque, ma le illusioni, dal momento che — come scriveva Demostene — «ciò che un uomo desidera, crede anche che sia vero».

Il risultato — misurato da un numero crescente di studi sperimentali e di indagini statistiche — è che è aumentata la polarizzazione su molti temi rilevanti del nostro vivere comune e individuale. Parliamo di tutto, ma ci confrontiamo sempre meno con chi la pensa diversamente. "Bannare" è diventato l'antitesi di "condividere" in Rete.

Non sorprende che questo fenomeno sia alimentato anche da quella che Tom Nichols, in un recente libro, ha chiamato «la morte dell'*expertise*», la tendenza, cioè, a sostituirci agli esperti. Un'illusione generata dall'ignoranza di ciò che non sappiamo o dalla presunzione, come scrisse Asimov, che «la mia ignoranza è altrettanto valida della tua conoscenza».

Per anni abbiamo pensato che fosse sufficiente la concorrenza tra chi parla nel mercato delle idee a garantire il pluralismo e, attraverso di esso, l'affermazione di fatti veritieri. Oggi, il destino della relazione tra pluralismo e verità in Rete è affidato alla domanda di informazione, al ruolo attivo di chi ascolta, alla disponibilità a ricercare la qualità nell'informazione e a mettersi in discussione prima di discutere. A "depolarizzare", come scrive Sunstein, sottraendo al dominio esclusivo dell'emozione la ricerca della verità.

*L'autore, professore alla Sapienza, ora è commissario Agcom*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Scenari

# Una bolla mediatica per ognuno. L'inganno liberal nell'era dei social

Un saggio di Cass Sunstein teorizza i rischi della "bubble democracy" generata dalle "gabbie" in cui i nuovi media relegano gli utenti

DAMIANO PALANO

**S**ono passati quasi settant'anni da quando George Orwell iniziò a scrivere 1984, ma il romanzo dell'intellettuale britannico non cessa di entusiasmare sempre nuovi lettori. La nostra idea del totalitarismo sarebbe d'altronde diversa senza le straordinarie invenzioni letterarie della "neolingua" e del "bis-pensiero". E persino la nostra concezione della pervasività del potere non sarebbe la stessa se il romanzo di Orwell non fosse stato dominato dall'occhio onnipresente del Grande Fratello. Benché sia tornata in testa alle preferenze dei lettori anche grazie alla discussione su "post-verità" e fake news, la più celebre distopia novecentesca non è però probabilmente adeguata a cogliere le trasformazioni che stanno investendo i nostri sistemi politici. O almeno questa è l'opinione sostenuta da Cass R. Sunstein, nel suo ultimo libro *#Republic. La democrazia nell'epoca dei social media* (Il Mulino, pagine 344).

Docente di Diritto alla Harvard Law School, Sunstein ha ricoperto diversi incarichi durante l'amministrazione Obama ed è noto per le proposte sulle strategie del "paternalismo libertario", sviluppate per esempio in *Nudge* (Feltrinelli), oltre che per *Il mondo secondo Star Wars* (Università Bocconi Editore). Negli ultimi anni Sunstein si è dedicato anche ai mutamenti del contesto comunicativo. Ed è in questo filone che si colloca *#Republic*, un libro

che coglie nella rivoluzione innescata dai social media una minaccia per le basi su cui si reggono le nostre democrazie. La minaccia, sostiene Sunstein, non viene infatti dall'emergere di un nuovo Grande Fratello e non assomiglia neppure alla forzata spensieratezza consumista prefigurata da Aldous Huxley nel *Brave New World*. I rischi provengono piuttosto dal potere della personalizzazione, dalla chiusura in micro-comunità sempre più impermeabili, dall'isolamento nei bozzoli informativi che crescono giorno dopo giorno intorno a ognuno di noi.

Nel 1995 Nicholas Negroponte profetizzò l'imminente nascita del "Daily Me", una specie di quotidiano confezionato per ciascun singolo individuo sulla base dei suoi gusti, dei suoi interessi, dei suoi orientamenti. Naturalmente il "Daily Me" non è mai nato. Ma la diffusione dei social media non produce effetti molto diversi. Innanzitutto, ciascun individuo ha sempre più potere di selezionare ciò che vuole vedere, per esempio quando, utilizzando Facebook, decide di leggere i post e le notizie segnalategli da qualche "amico" e tralascia altri link. In secondo luogo, gli algoritmi adottati da Facebook e Google filtrano i flussi informativi, sulla base dei gusti del singolo.

I diversi filtri che selezionano le informazioni provenienti dal mondo reale chiudono così ciascuno di noi sempre più dentro una bolla "personalizzata", in cui tutte le notizie e le opinioni vanno di fatto nella stessa direzione e confermano le nostre posizioni consolidate. Dentro la cassa di risonanza in cui ci troviamo rinchiusi, le nostre opinioni escono inoltre fatalmente rafforzate. E sul terreno politico questo favorisce, secondo Sunstein, la diffusione di posizioni sempre più estreme, persino violente, che possono diventare potenzialmente pericolose. A giocare un ruolo rilevante secondo Sunstein sono innanzitutto le cy-

ber-cascade, che favoriscono la diffusione sia di opinioni fondate su fatti accertati, sia di dicerie e *fake news*. In secondo luogo, i bozzoli informativi costruiti dai social media e dal filtro degli algoritmi rafforzano la tendenza alla polarizzazione che opera sempre all'interno di gruppi omogenei. In terzo luogo, negli scambi comunicativi è sempre all'opera ciò che gli psicologi definiscono la *biased assimilation*, ossia una sorta di pregiudizio che ci induce a filtrare le informazioni sulla base delle nostre convinzioni di partenza. In altre parole, come dimostrano molti esperimenti, anche se leggiamo *post*, articoli e libri che sostengono tesi diverse a proposito di uno stesso problema (per esempio l'utilità e i rischi dei vaccini o le cause del riscaldamento globale), quasi invariabilmente filtriamo tra tutte queste argomentazioni solo quel-

le che confermano la nostra convinzione di partenza. E ciò significa che anche la dimostrazione più convincente dell'infondatezza di una *fake news* può rivelarsi inutile.

Meccanismi di questo genere hanno sempre caratterizzato la diffusione delle opinioni. Ma l'omofilia agevolata dai social media - e cioè la tendenza a entrare in comunicazio-

ne prevalentemente con individui simili a noi - innesta le *cyber-cascade* e accelera la spinta alla polarizzazione. Un'opinione fortemente polarizzata e un sistema comunicativo frammentato non possono che favorire la paralisi politica e



mettere in pericolo l'edificio democratico. Diventa quasi impossibile affrontare molte questioni fondamentali.

Per scongiurare questi rischi, Sunstein indica alcune soluzioni che potrebbero arginare la frammentazione dei sistemi informativi. Per esempio sostiene la necessità di reintrodurre un margine di «casualità» nel tipo di informazione in cui un individuo può imbattersi. E auspica il rafforzamento di quelle esperienze capaci di coinvolgere l'intera comunità e dunque di rompere le "bolle" costruite dai filtri che ci circondano. Benché Sunstein si voglia tenere lontano dal pessimismo e dalla nostalgia di un passato mitizzato, è evidente che simili rimedi finiscono con l'apparire piuttosto ingenui. Se davvero, come è probabile, l'ambiente mediale procede nella direzione indicata da Sunstein, queste soluzioni non sembrano infatti neppure poter scalfire la scorza più superficiale dei bozzoli informativi. Proprio per questo l'avvento della *bubble democracy* - che per molti versi è già una realtà - richiede l'invenzione di ben altri strumenti. E forse anche una buona dose di immaginazione politica.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Il CONSENSO

## Un attimo fuggente

### Oltre il web

Dalla Catalogna a Trump, l'opinione pubblica si forma sempre più sull'onda corta delle piattaforme digitali ad alto rischio bufale

Noci (Politecnico): difficile interpretare i sommovimenti sociali L'individuo diventa mezzo di comunicazione e fotografa ciò che accade Il problema è che le ricerche di mercato non colgono più l'emotività dei cittadini

**DIEGO MOTTA**

**N**el vortice dei movimenti d'opinione, basta poco per finire spiazzati. Venti-quattr'ore, forse meno. L'onda corta dei social network può essere altissima e generare facile popolarità. Il rischio che qualcuno se ne impossessi però è sempre più serio, soprattutto quando in gioco ci sono questioni ideali. La guerra per il consenso ormai è aperta a tutto. Anzi: più una contesa politica è divisiva, più uno scontro elettorale è aspro, più la tentazione di fare massa critica in Rete sale. Usando le buone o le cattive maniere, il marketing politico o la propaganda. L'importante è catturare l'attimo fuggente. Nel referendum per l'indipendenza della Catalogna, è diventata un simbolo per qualche giorno l'immagine di un corpo a corpo tra gli agenti della Guardia Civil di Madrid e un gruppo di elettori manifestanti. Un abile montaggio in Photoshop ha fatto spuntare sopra di loro una bandiera catalana, quasi si trattasse, ha fatto notare più di un osservatore, di una rivisitazione all'iberi-

ca del quadro di Eugène Delacroix sulla Rivoluzione francese *La Libertà che guida il popolo*. Un caso di manipolazione, servito per surriscaldare animi già eccitati dallo scontro politico. Non è la prima, né l'ultima evidenza di instrumentalizzazione palese eppure la sensazione è che in tempi di forte contrapposizione sociale, sia proprio la comunicazione politica a soffiare di più sul fuoco (o a soffrirne, dipende dai punti di vista) della disintermediazione sociale e mediatica e del conseguente rischio bufale o *fake news*. Ai sostenitori dell'indipendenza catalana e ai fan della Brexit, abili nel cavalcare su Internet (con i rispettivi leader) le onde emotive del momento, vanno contrapposti capi politici vintage, come Mariano Rajoy per restare in Spagna o la stessa Angela Merkel, che durante l'ultima campagna elettorale in Germania non ha esitato a presentarsi davanti a giovani youtuber per mostrare se stessa, così com'è, senza infingimenti. «Indubbiamente i leader indipendentisti hanno mostrato di saper sfruttare, anche a urne aperte, gli errori di strategia e di comunicazione di Madrid grazie alla potenza

delle immagini veicolate dai seggi sui social network, rischiando anche di esporsi a dei rischi» riflette Giuliano Noci, che insegna Strategia e marketing alla School of management del Politecnico di Milano. È stato Noci un anno fa il primo a riflettere, con un convegno organizzato dall'ateneo milanese, sulle modalità della vittoria a sorpresa di Donald Trump alle elezioni americane. «Dagli Usa all'uscita della Gran Bretagna dall'Europa fino all'ultimo caso spagnolo, l'impressione è che, nello studio dei sommovimenti che si generano nell'opinione pubblica, ci stiamo capendo davvero poco. È difficile interpretare i comportamenti sociali oggi, soprattutto dal punto di vista delle preferenze politiche» spiega oggi il docente, che è anche prorettore del Polo territoriale cinese dello



stesso ateneo.

Alle prese con un sostanziale appiattimento delle idee e con la fine delle visioni progettuali di medio e lungo periodo, i leader politici (seguendo la strada tracciata dai guru di media e mercato) hanno finito per assecondare gli umori del momento, con programmi di cortissimo respiro che normalmente riproducono ciò che la gente vuole. Il meccanismo è semplice: ogni giorno si cerca di ingaggiare una battaglia intorno a un tema discusso "dal popolo" (online o offline conta fino a un certo punto). «L'importante – continua Noci – è lanciare fenomeni virali. La Rete, di fatto, favorisce un rapporto direttissimo tra società, elettore e politico, dando a quest'ultimo la possibilità di verificare in tempo reale il *sentiment* della società. In secondo luogo, quelle che una volta avremmo chiamato le masse, sono usate per amplificare al massimo determinati messaggi. Non solo: l'individuo diventa esso stesso un mezzo di comunicazione e fotografa ciò che accade».

Il risultato è che la politica da un lato subisce questo fenomeno, ma dall'altro ne rimane affascinata e colpita, spesso finendo per cavalcarlo con miopia. Il presidente degli Stati Uniti, nella campagna elettorale che lo ha portato alla Casa Bianca, dimostrò di aver capito molto bene due cose: la semplicità del messaggio ormai va al di là della veridicità dello stesso e la comunicazione, più che alla testa, va indirizzata alla pancia degli elettori. Ciò alla fine genera una circolarità inedita di proclami, slogan e propaganda, portando di fatto il cittadino a determinare, insieme al politico (o aspirante tale) tempi e modi del dibattito pubblico. «Pensi alla creazione dal basso di tanti movimenti d'opinione» dice Noci, originati

spesso da una scintilla capace di scatenare veri e propri incendi. È la palla di neve che scende e innesca un effetto valanga, una sorta di effetto domino che porta cittadini, consumatori ed elettori (a seconda del tema del momento) a cavalcare questo o quel movimento. In questo senso, stiamo assistendo a fenomeni di accelerazione esponenziale, che vanno bene al di là della capacità mostrata una volta dalla televisione e dai media tradizionali di moltiplicare il messaggio. Per comprendere quanto sta accadendo, servono certamente i cosiddetti big data, numeri eterogenei, strutturati e non strutturati, in mano ai colossi della Rete per la cui gestione sono richieste tecnologie e metodi analitici specifici. È fondamentale conoscerli, ma non sufficiente. Nello stesso tempo, infatti, si può andare a fondo sulla metodologia d'indagine che occorre affinare per capirne di più: come monitorare queste improvvise onde emotive? Come studiarne gli effetti che producono sul consenso? E soprattutto: sono utili o no gli strumenti che fino a ora abbiamo avuto a disposizione? «Partiamo dall'assunto che i comportamenti delle persone, oggi più di ieri, sono fortemente guidati dall'emotività. Di più: le tradizionali ricerche di mercato, che una volta rimandavano una fotografia più o meno fedele del sentire dell'opinione pubblica, sono sempre indispensabili ma ormai non hanno più valore assoluto – spiega Noci –. Bioscienze e biomarketing rappresentano risposte importanti per andare oltre, modificando così i nostri modelli interpretativi». Dentro il vortice delle notizie, di questo passo, non saranno più necessarie ventiquattr'ore per catturare consenso. Sarà sempre di più una questione di attimi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# E' TUTTO UN COMPLotto

Secondo Gérald Bronner contro la dittatura delle bufale serve una battaglia culturale: "Democrazia della conoscenza contro Democrazia dei creduloni, questa è la nostra sfida"

*Il bias di conferma spinge il cervello a evitare contraddizioni e internet è un mercato sconfinato in cui trovare ogni sorta di conferma*

*Il cospirazionismo può portare al totalitarismo. Il regime nazista ha fondato parte della sua propaganda sul complotto ebraico di Luciano Capone e Francesco Maselli*

**L**a diffusione di teorie antiscientifiche è diventato un problema sanitario, come dimostra la recente necessità di introdurre l'obbligo vaccinale per legge sia in Italia sia in Francia, ma la questione rischia di diventare un anche problema per la salute del corpo sociale. "E' la nuova sfida della nostra società: democrazia della conoscenza contro democrazia dei creduloni". Gérald Bronner è un sociologo dell'Università Paris-Diderot, autore del libro "La democrazia dei creduloni" (che il Foglio sta pubblicando a puntate ogni lunedì) e ha accettato di parlare con noi del suo lavoro e dei suoi studi. Perché crediamo sempre di più a teorie senza fondamento? Cosa ci porta a diventare creduloni? "In primo luogo va chiarito che non è una tendenza moderna, ma è una predisposizione dal nostro cervello: il bias di conferma fa sì che sia più semplice per la nostra mente cercare una conferma che cercare una contraddizione. In altre parole, abbiamo bisogno di solidità intellettuale, di costanza, se cambiassimo idea ogni cinque minuti non potremmo fare nulla, impazziremmo. La nostra lunga evoluzione ha costruito questa forma di stabilità cognitiva, sia nel bene sia nel male". C'è qualche altra motivazione che si aggiunge a questa nostra predisposizione naturale? "La seconda ragione, intrecciata alla prima, è che il bias autoconfermativo oggi può incontrare un mercato dell'informazione che permette di confermare ogni sorta di teoria. Questo è definito nel mio libro come il 'teorema della credulità informativa': più ci sono informazioni disponibili più aumentano le possibilità di trovare informazioni che assegnano le nostre teorie". In altre parole, in una biblioteca di 1.000 libri è difficile trovarne qualcuno che confermi che la terra è piatta, mentre se a portata di clic ci sono 100 milioni di siti, allora la probabilità aumenta.

Molti se la prendono per questo motivo con internet, ma le teorie cospirazioniste sono sempre esistite, si pensi al presunto potere di controllo dei templari, dei gesui-

*Non c'è bisogno di essere stupidi per diventare creduloni, l'istruzione di per sé non garantisce alcuna immunità dalle teorie del complotto*

*In democrazia ci deve essere spazio per tutti, ma non si può dare metà del tempo a Hitler e metà agli ebrei per spiegare le loro ragioni*

ti o degli ebrei. Durante il recente referendum costituzionale, persone ritenute autorrevoli - giuristi, intellettuali e magistrati - hanno sostenuto che la riforma del governo Renzi derivasse da un documento della banca Jp Morgan. In pratica una riedizione dei Protocolli dei Savi di Sion. "E' vero, le teorie dei complotti sono antiche, abbiamo avuto gli illuminati e i templari", dice Bronner, "ma facciamo l'esempio dei vaccini: anche prima esistevano delle teorie che sostenevano fossero dannosi, ma erano confinate in degli spazi di radicalità, in sette o tra gli ecologisti radicali; la grande novità è che ora queste idee sono disperse nello spazio pubblico e grazie a internet sembrano più convincenti". C'è la tendenza a ritenerre che di colpo la società si sia popolata di stupidi e ignoranti. "Non c'è bisogno di essere stupidi, anche dopo un certo livello di studi, si può iniziare a credere a queste cose", spiega il sociologo, "l'istruzione di per sé non garantisce l'immunità dalle teorie del complotto, anzi: ci sono studi che dimostrano l'esistenza di un legame statisticamente forte tra chi pensa che il reale sia costruito politicamente e la sua tendenza a credere alle teorie del complotto o alle fake news. Questa idea non viene portata avanti da pazzi, ma si trova, per esempio, in Michel Foucault. La preparazione intellettuale, credersi intelligenti, può predisporre a dare credito a visioni alternative del mondo ma false". E quindi se siamo tutti nella stessa barca, colti e ignoranti, stupidi e intelligenti, cosa si fa? "Dobbiamo darci degli strumenti per verificare le informazioni razionalmente".

Il costo di produzione delle notizie è sceso quasi a zero, e questo è un bene, ma l'effetto paradossale è che sono aumentate quelle false. Perché per smentire una fake news servono più tempo e risorse che per inventarla. Come si combattono? "Ci sono media che cercano di reagire alle fake news, e rendono un gran servizio. Molti studi dimostrano che i complottisti duri e puri, i più radicali, reagiscono diventando ancora più convinti della loro idea se vengono smentiti. E' quanto io chiamo effetto bacfire. Se questo è vero per i 'credenti', non lo è per quelle persone che potremmo chiamare 'silenziosi' o 'indecisi' che invece sono in una zona grigia. Per questo tipo di cittadini è molto importante avere a disposizione delle controargomentazioni". Ci sono però molti dubbi sull'efficacia del fact checking. "Questa zona grigia è appunto silenziosa, quindi è difficile misurare



quanto il debunking sia utile. Tuttavia è necessario. Questa battaglia va condotta per la salute della democrazia, credo sia utile diffondere gli argomenti contenuti ne 'La democrazia dei creduloni' non tanto perché possono essere efficaci contro le credenze, ma soprattutto perché spiegano come funziona il cervello, e che cadere nella trappola non è sintomo di essere stupidi. Questo è vitale per la democrazia".

Ma è un errore logico che capita a tutti o un modo ragionare di pochi? Pare che chi creda a una teoria del complotto sia poi portato a credere a tutte le altre, è così? "Sì in effetti c'è una tendenza, si può essere contaminati e credere ad altre bufale o complotti. C'è una cartografia politica che tiene insieme questa mentalità: ci sono dei legami tra le adesioni cospirazioniste e la radicalità politica, se voi guardate il jihadismo troverete pochi radicalizzati che non siano anche cospirazionisti, che non credano al complotto degli ebrei o quello dell'11 settembre orchestrato dalla Cia. E non sono persone che vi aggrediscono, anzi! Sono rispettosi, gentili. Queste persone si creano una sorta di cittadella imprendibile, composta da tutte le altre teorie che confermano la realtà parallela nella quale credono di vivere. È fondamentale fare della prevenzione e dell'educazione per evitare che le nostre democrazie siano impotenti di fronte a complottisti diventati ormai radicalizzati e irrecuperabili".

In fondo il cospirazionismo mette in dubbio le verità ufficiali. Un tempo Popper sosteneva che non si dovessero tollerare gli intolleranti, oggi dovremmo smettere di tollerare chi mette in discussione verità consolidate? Non è proprio il dubbio ciò che fa progredire la scienza e la società? "La democrazia ha sempre avuto problemi a difendersi da chi vuole rovesciarla, ma credo che possa rispondere fermamente e soprattutto prevenire queste degenerazioni", continua Bronner, "è legittimo avere dubbi, ma il diritto si accompagna ai doveri: è sano dubitare, ma bisogna dotarsi di strumenti per dubitare con razionalità. Parlando di Popper, i cospirazionisti non rispettano il criterio di confutazione, se voi chiedete a un complottista cosa potrebbe convincerlo del fatto che ciò in cui crede non sia vero, è incapace di rispondervi. Mentre io, che non credo che l'11 settembre sia un autocomplotto, posso dirvi che se domani George Bush mi dicesse di aver orchestrato tutto allora gli crederei". Quindi bisogna accettare solo chi dubita seguendo un certo metodo? "Non si può rivendicare il diritto al dubbio senza accettarne i doveri. È vero che anche la scienza può sbagliare, ma è il mercato più selettivo di tutta l'umanità: se una rivista scientifica pubblica qualcosa di inaccurato o che si rivela falso, viene subito ritirato. La scienza ha la capacità di riformarsi, cosa che invece non ha chi crede alle bizzarre teorie del complotto".

Nel suo libro descrive l'"effetto Otello". Non importa quanto una teoria sia accurata, anche una teoria paleamente falsa può avere successo se invade il dibattito pubblico e instilla il dubbio nella mente delle persone. È un po' ciò che lentamente è accaduto con i vaccini. "In questo momento

si sta creando un gigantesco 'effetto Otello' contro l'industria farmaceutica, su cui c'è molta diffidenza nella popolazione. Eppure il 50 per cento della ricerca nel mondo è fatta dalle industrie, perché gli stati non hanno abbastanza soldi per fare tutta la ricerca di cui abbiamo bisogno. Non è una cosa scandalosa, quello che andrebbe spiegato è che o facciamo esplodere i nostri bilanci e le nostre tasse per raggiungere livelli ottimali di ricerca oppure dobbiamo diminuirla. Non c'è altra strada che la collaborazione con le multinazionali". Ma da parte dei media c'è sempre una certa ritrosia a difendere Big Pharma o le grandi aziende, mentre trovano più agevolmente spazio personaggi dalle scarse competenze. "I media devono responsabilizzarsi, bisogna smetterla di pensare che tutte le opinioni sono uguali, ci deve essere spazio per tutti diamo metà del tempo a Hitler e metà del tempo agli ebrei per spiegare le loro ragioni. La presenza dei complottisti sui media dovrebbe essere proporzionata all'impatto che queste teorie hanno nel mondo scientifico, se soltanto il 5 per cento degli studi sostengono che i vaccini sono dannosi non è proporzionato organizzare un dibattito in modo eguale tra chi dice che sono necessari e chi dice il contrario. Non è rappresentativo, non è normale, e fa credere all'opinione pubblica che la comunità scientifica è divisa, mentre non è così".

La comunità scientifica ha creato meccanismi per difendersi dalle bufale, ma non ha trasmettere queste armi di difesa alla società. Forse pensava che la divulgazione non fosse un suo compito? "Certo, la scienza ortodossa ha per lungo tempo ignorato o addirittura considerato in maniera altezzosa chi metteva in dubbio le sue acquisizioni. Oggi però non è più così. Il mondo scientifico ha preso coscienza dei rischi della mancata divulgazione e contaminazione. Silvia Morante, che ha tradotto il mio libro, è una fisica e io sono appena stato nominato membro dell'Accademia della medicina anche se sono un sociologo. Sono segni di apertura della comunità scientifica". Da sociologo vede una tendenza totalitaria nel cospirazionismo? "Certo, il cospirazionismo può portare al totalitarismo. Abbiamo degli esempi storici, il regime nazista ha fondato parte della sua propaganda sul complotto ebraico. Il legame è logico: se le teorie del complotto fossero vere, allora vivremmo in un mondo talmente infame e senza valori che soltanto un potere assoluto potrebbe difenderci! Esiste una carica totalitaria nel complottismo. Non bisogna però dimenticare che spesso queste persone sono in buona fede, è complicato combattere i complottisti perché credono sinceramente alle loro teorie".

In Italia ci sono tante forze populiste che, sommate, arrivano al 40 per cento dei consensi. Vuol dire che una larghissima parte della società è affascinata da un certo modo di ragionare. Come si fa a recuperare il consenso senza scendere nel terreno del populismo? "Hanno vinto per il momento la battaglia dell'immaginario e della narrazione. È evidente che i democratici e i liberali devono trovare nuove risorse per una narrazione diversa:

abbiamo un deficit di narrazione, contiamo troppo sulla razionalità mentre la maggior parte dei nostri concittadini ha paura del futuro. Una parte importante della questione risiede nella battaglia narrativa, che passa dalla capacità dei politici e degli intellettuali”.

Si cercano anche delle soluzioni legali, ad esempio in Germania hanno pensato di punire con una multa fino a 50 milioni di euro i social network che non eliminano contenuti falsi o hate speech. E' una misura utile? “Sinceramente non lo so, mi sembra una misura liberticida, sono un liberale e queste cose filosoficamente vanno contro le mie idee. Finora non mi sembra che provvedimenti del genere siano stati efficaci, in Francia abbiamo chiuso alcuni siti, ma poi abbiamo visto che si ricostituiscono e si moltiplicano in poche ore, diventando una sorta di Idra, che in più garantisce legittimità a chi sostiene che non siamo in democrazia ma in dittatura. Bisogna trovare altre vie d'azione ed essere molto attenti a non eliminare le libertà pubbliche”.

In Italia è stata lanciata l'idea di un'Authority indipendente per il controllo sulle fake news. “Non funzionerebbe, l'aggettivo ‘indipendente’ verrebbe subito messo nel mirino dai cospirazionisti che troverebbero un bersaglio perfetto. Il miglior metodo è essere pazienti, fare una rivoluzione pedagogica, spiegando il funzionamento e i limiti del nostro cervello. E' un lavoro a medio lungo termine: democrazia della conoscenza contro democrazia dei creduloni. Non siamo che all'inizio, è una cosa che durerà nel tempo”.

# “Le false notizie su Internet sono il nemico dei vaccini”

La virologa Capua è tra i 50 scienziati più influenti per Scientific American  
“Le fake news, come la correlazione con l'autismo, amplificano l'ignoranza”

## La scienziata che sfida le fake news

Giusto intervenire con l'obbligatorietà delle punture: bisogna impedire il ritorno di malattie debellate

### Intervista

MARTA DASSÙ

L'epidemia nei confronti della quale siamo impreparati non è quella dei virus ma delle bufale

**Ilaria Capua**  
Virologa



**I**laria Capua, virologa, secondo Scientific American fa parte dei 50 scienziati più influenti al mondo. Da un anno vive e lavora negli Stati Uniti, dove Dirige lo «One Health Center of Excellence» all'Università della Florida. Dopo avere resistito all'uragano giudiziario italiano - è stata prosciolta da accuse infondate e insensate perché «il fatto non sussiste». In questi giorni Capua è a Venezia per un seminario di Aspen sulle Scienze della vita. Cerchiamo di capire con lei, in una pausa dei lavori, quale sia l'impatto delle fake news - delle notizie false o delle bufale - sul futuro della scienza.

**L'attacco alla scienza, nell'epoca della «post-verità», comincia dall'attacco gratuito agli scienziati?**

«Esiste anche questo fenomeno, non c'è alcun dubbio: le fake news che definirei "strumentali", rivolte a screditare, per varie ragioni, chi esprime un parere scientifico. La scienza ha sempre avuto degli avversari, anche perché ha sempre posto dei dilemmi etici importanti. La tensione fra scienza ed etica,

insomma, è fisiologica. E molto spesso entrambe, la scienza e l'etica, hanno avuto una parte di ragione. Oggi, tuttavia, è intervenuto un terzo elemento, di disturbo e di confusione, che complica tutto. Questo terzo attore sono appunto le fake news, il cui peso è reso possibile ed è amplificato dai social media. Al di là del merito, quello che spaventa è la rapidità di movimento e la sua capacità di diffusione. E quindi eccoci qui: la discussione fisiologica, naturale, fra scienza ed etica sta assumendo aspetti patologici. Proprio perché si è inserito un elemento di disturbo - userei il termine inglese "confounder" - senza precedenti».

**Che cosa pensa sulla obbligatorietà dei vaccini?**

«Intanto, quella sui vaccini è tipicamente una discussione viziata dalle fake news. La presunta correlazione fra il vaccino contro il morbillo e l'autismo, per esempio, è stata sconfessata, ed il suo protagonista radiato dall'ordine dei medici. Punto. Siamo nel campo delle bufale vere e proprie, non della scienza. L'obbligatorietà diventa obbligatoria, mi passi questo gioco di parole, quando i singoli cominciano appunto a scaricare sugli altri l'onere della salute pubblica. A quel punto, è necessario inter-

venire; altrimenti, oltre ai numeri in fortissima ascesa di casi di morbillo, avremo anche malattie di ritorno che pensavamo di avere debellato. Certo: sarebbe stato meglio non dover imporre, in sanità bisogna educare e convincere. Le impostazioni sono sempre rischiose perché attaccabili».

**Non pensa che l'altra faccia delle impostazioni sia il fatto che esista, nelle materie scientifiche, una ignoranza diffusa?**

«Sì, anche perché insieme con le fake news vere e proprie e quelle strumentali aggiungerei una terza categoria: le notizie ignorate, buone o cattive che siano.

**Un esempio?**

«Viene ignorato, ad esempio, che la Gavi Alliance, l'alleanza internazionale per le vaccinazioni creata nel 2000, con sostegni pubblici e privati, è riuscita a vaccinare il 60% dei bambini di tutto il mondo. Sono numeri incredibili, impensabili fino a pochi decenni fa. Sul lato negativo, omettiamo invece di dire che oltre 50.000 bambini all'anno muoiono ancora di rabbia, una malattia che impone fra l'altro sofferen-



ze terribili. I risultati ottenuti fino ad oggi nel campo della salute globale sono insomma contraddittori».

**L'informazione può avere un ruolo?**

«Sicuramente. Avremmo bisogno, per sostenere i progressi possibili, di una informazione capace di spiegare, non di deformare, la complessità dei problemi. Per fare un esempio, molto importante: la resistenza agli antibiotici, ovvero i cosiddetti "superbatteri" sono già un problema molto serio e l'Italia ha la maglia nera. Bisogna che il nostro Paese faccia la sua parte, anche attraverso il coinvolgimento dei cittadini. Ma per capirlo e per agire correttamente bisogna essere informati».

**Qual è il suo impegno di ricerca principale oggi all'Università della Florida?**

«Mi occupo di grandi epidemie, che è poi l'asse della mia carriera scientifica. Anche in questo caso, per tornare al punto da cui siamo partite, le fake news possono avere un effetto nefasto. Perché aumentano il tasso di apprensione, "omettendo" le informazioni rilevanti per i cittadini»

**Ha imparato qualcosa dalla sua vicenda personale?**

«Ho imparato che tutto dipende dalla resilienza: delle persone e dei sistemi. E alla fine, sono le persone che fanno funzionare i sistemi. La vera epidemia nei confronti della quale siamo totalmente impreparati ed impotenti non è causata da un batterio o da un virus. È causata dalle parole. Si chiama fake news».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

RIFLESSIONI SULLA PROTESTA DEI GRILLINI CONTRO IL ROSATELLUM

# QUELLA FOLLA BENDATA IN PARLAMENTO AVVELENA LA DEMOCRAZIA

di Riccardo Mazzoni\*

**C**aro direttore,  
i grillini si sono benda-  
ti, qualcuno la bocca,  
qualcuno gli occhi, nell'aula del  
Senato per protestare contro il  
Rosatellum, l'ultima legge elet-  
torale di questa tormentata le-  
gislatura. Poi hanno occupato i  
banchi del governo trattando la  
resa per vedersi assicurata la di-  
retta televisiva in occasione del  
voto finale. Uno spettacolo sur-  
reale, anzi, una politica-spetta-  
colo surreale, basata essenzial-  
mente sulla propaganda e sulla  
menzogna spacciate sempre  
per verità assolute. Ha fotogra-  
fato bene la situazione una vi-  
gnetta apparsa ieri sul *Mattino*  
di Napoli: i grillini si sono ben-  
dati? Un piccolo passo per l'uomo,  
un grande passo per l'umanità. Ormai, sono quasi cinque  
anni che questi rappresentanti  
di una parte del popolo, una  
parte certo considerevole, si so-  
no autoassegnati una funzione  
purificatrice e salvifica in nome  
di tutto il popolo italiano incar-  
nando un'opposizione di siste-  
ma mai così estrema, mai così  
distruttiva.

Ultimo esempio: il dibattito  
che si conclude oggi sulla legge  
elettorale all'insegna delle ac-  
cuse di furto del diritto di voto,  
di attentato alla Costituzione, di  
minacce alla stessa democrazia.  
Intendiamoci, il dissenso è  
sempre legittimo, in special  
modo sull'impianto di una leg-  
ge fondamentale come quella  
che disciplina l'elezione del Par-  
lamento, e sono comprensibili  
le ragioni meramente politiche  
dei partiti che si ritengono a  
torto o a ragione danneggiati  
dalla reintroduzione delle coali-  
zioni, ma non è giusto né re-  
sponsabile gridare al golpe per  
mascherare, appunto, i propri  
interessi politici. Da che pulpi-  
to, verrebbe da dire: loro che di-  
pendono unicamente dalle de-  
cisioni della santissima dualità  
Grillo-Casaleggio, che hanno inventato un simulacro di de-  
mocrazia dal basso con le vota-  
zioni on-line urlano al golpe in-  
vocando il ritorno alle preferen-

ze dimenticando le visibili pec-  
che del loro sistema  
democratico interno, per il qua-  
le il responso popolare resta va-  
lido solo se va bene al loro capo  
supremo. Altro che preferenze,  
l'unica Preferenza che conta è  
quella di Beppe Grillo, a cui ba-  
sta dire «fidatevi di me» per an-  
nullare con un solo colpo di  
spugna ogni fantomatica comu-  
naria, regionaria o parlamenta-  
ria che sia.

Nella Prima Repubblica,  
quando per fortuna mia ero an-  
cora un ragazzo, mi avevano in-  
segnato che in politica non bi-  
sogna mai rispondere alle pro-  
vocazioni, ma l'altra mattina,  
dopo una serie di impropri e di  
falsità riversate dai banchi gril-  
lini contro chi stava difendendo  
la legge elettorale, ho ritenuto  
di replicare cercando di non  
scendere sul loro terreno: «Si-  
gnor Presidente — ho detto —  
credo che un dibattito sulle  
questioni pregiudiziali e di co-  
stituzionalità di una legge do-  
vrebbe essere il più possibile  
tecnico e di merito sulle que-  
stioni poste. Ci hanno dato dei  
burattini, ci hanno urlato che  
noi vogliamo solo elettori cie-  
chi. Mi chiedo allora come sia-  
no definibili gli elettori del Mo-  
vimento 5 Stelle che hanno vo-  
tato alle elezioni comunali di  
Genova, che hanno visto stra-  
volgere l'esito delle consultazio-  
ni per volere del Capo. Ma di co-  
sa stiamo parlando, colleghi? Mi chiedo se l'unica legge elet-  
torale che andrebbe bene al  
Movimento 5 Stelle sia quella  
che prevede che solo Grillo può  
compilare le liste elettorali. Il  
*Beppegrillum*, insomma». E mi  
scuso per questo latinorum in-  
declinabile.

Ma come si fa a definire gol-  
pe una legge elettorale scritta e  
approvata dalla larga maggio-  
ranza del Parlamento? Doveva-  
mo forse mandare gli italiani a  
votare con i due tronconi rima-  
sti in piedi del Porcellum e dell'  
Italicum dopo il taglia e cuci  
operato dai giudici della Con-  
sulta? Due residuati bellici, co-  
me li ha definiti Valerio Onida,  
due mezze leggi, una per la Ca-

mera e l'altra per il Senato, inco-  
herenti e incompatibili, che  
avrebbero condannato il prossi-  
mo Parlamento a una certissi-  
ma ingovernabilità. Il Rosatellum  
è certamente imperfetto,  
soprattutto perché questa Con-  
sulta — che tiene tanto alla rap-  
presentanza e nulla alla gover-  
nabilità — ha cassato sia la pos-  
sibilità di un premio di maggio-  
ranza adeguato, sia l'eventualità  
di quel ballottaggio che in un si-  
stema tripolare sarebbe l'unico  
strumento per sapere la sera  
delle elezioni chi può governare  
il Paese.

E un'altra cosa vorrei fosse  
chiara: con il Rosatellum tutti i  
parlamentari saranno eletti di-  
rettamente dal popolo, non so-  
lo quelli dei collegi uninomina-  
li: non è vero infatti che se c'è  
una lista senza preferenze quel-  
la non è più elezione diretta! Le  
liste plurinominali sono picco-  
le, i nomi stampati e noti, e la  
tanto citata legge Mattarella che  
prevedeva esattamente questo  
non ha mai ricevuto rilievi di in-  
costituzionalità.

Ma la riflessione, caro direttore,  
non può certo ridursi a  
questo. Mentre il Senato è asse-  
diato da una folla vocante e  
bendata che grida «libertà» e  
«onestà», io credo che ci sia da  
temere molto per la tenuta del  
nostro sistema democratico  
non perché abbiamo approvato  
una legge, ma perché la prossi-  
ma campagna elettorale verrà  
condizionata dai tanti falsi mes-  
saggi (le chiamano fake news)  
che girano per il web e che ven-  
gono passivamente accolte co-  
me verità intangibili. I grillini  
stanno avvelenando i pozzi del-  
la democrazia, senza capire che  
se crolla il Palazzo alla fine ci re-  
steranno sotto anche loro. Per-  
ché un giorno comparirà sulla  
scena qualcuno più «onesto» e  
più «libero». Le svolte autorita-  
rie sono sempre state determi-  
nate dalla politica debole, dai  
Parlamenti vituperati e da que-  
sti tristi avanspettacoli.

\*Senatore Ala

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# «solo i reporter ci salveranno dalle fake news»

**David Rhode | Il direttore del New Yorker online:**  
**«Mai un presidente ha detto tante bugie.**  
***Ma noi non dobbiamo apostrofarlo. Il nostro compito è raccontare il Paese fuori dalla bolla»***

**C'è più informazione disponibile che in qualsiasi altro periodo storico, forse le persone sono sopraffatte. La tecnologia, incredibilmente, ci rende esposti a meno opinioni di prima**

**GEA SCANCARELLO**

■ **NEW YORK.** Cinquant'anni, di cui 10 da inviato, sette mesi di prigionia, due premi Pulitzer vinti. Uno, nel 1996, per il lavoro investigativo fatto sul massacro di Srebrenica, dove arrivò prima di chiunque altro, raccontando su *The Christian Science Monitor* la pulizia etnica a danno dei musulmani bosniaci; l'altro, assegnato al team del *New York Times* di cui faceva parte nel 2010, per la capacità di informare i lettori su quanto accadeva in Pakistan e Afghanistan, Paese quest'ultimo nel quale era stato rapito dai Talebani riuscendo fortunosamente a scappare dopo mesi di detenzione (e dopo aver previsto, in un reportage scritto nel 2009, che l'estremismo degli affiliati alla rete di Haqqani sarebbe sfociato nel tentativo di costruire un emirato islamico: suona familiare?).

David Rodhe, da pochi mesi direttore della versione online del *New Yorker*, forse il più influente tra i magazine americani, è insomma per formazione e spirito un giornalista d'altri tempi. Se non fosse che quei tempi, almeno in certi ambienti editoriali statunitensi, non sono passati di moda: la qualità, l'attenzione, la dedizione al-

l'informazione come missione si stanno soltanto spostando progressivamente sul digitale («la carta resisterà, ma il futuro è Internet»). Il tempo per lui è una risorsa scarsa, ma la cortesia è tale da sedersi a chiacchierare a lungo davanti a un caffè – ne consuma parecchi: è un frequentatore dell'Italia – chiedendo scusa quando il cellulare, al duecentesimo squillo, lo costringe a distrarsi dalla conversazione.

**Come ci si sente a farsi dare delle *fake News* dal presidente?**

Ovviamente non ci piace, ma è un suo diritto insultarci. E soltanto il tempo dirà cosa avrà fatto Trump: magari creerà lavoro, sistemerà la riforma sanitaria, renderà l'America più rispettata nel mondo; magari no. A quel punto, quando il giusto tempo sarà passato, i lettori sapranno se il presidente aveva ragione a dar conto ai media oppure se a sbagliare era lui.

**Ha una previsione?**

Io sono uno che credeva ai sondaggi: non avrei mai pensato che potesse vincere. Questo mi fa pensare che forse anche adesso sbaglio e ha ragione lui: ma è troppo presto per dire chi ha torto. Però una cosa non è in discussione.

**Quale?**

Trump fa più affermazioni false di qualsiasi altro presidente. Distorce i fatti deliberatamente. Mente più dei due Bush e di Ronald Reagan. Questo non è in discussione.

**Come gestite questa complessità e il rapporto con il presidente?**

È una lezione: dobbiamo essere responsabili e



onesti. Non dobbiamo apostrofarlo a nostra volta: si tratta di una lezione civica per il Paese. Ci ricorda che ognuno ha il suo ruolo: il congresso, le corti di giustizia, il presidente. E poi ci siamo noi, il cosiddetto quarto potere: gli americani ora stanno capendo la funzione di ognuno di questi elementi.

#### **I media però hanno sottovalutato il fenomeno Trump. Finché non ha vinto.**

Una volta i grandi gruppi editoriali avevano reporter a Dallas, Austin, Chicago, Atlanta: ora quella parte si è ristretta ed è tutto concentrato a New York e a Washington. Credo che i media non abbiano capito il livello di frustrazione delle persone perché il denaro che possiamo spendere in persone e uffici è sempre meno.

#### **La crisi dei giornali c'entra insomma con l'elezione di Trump?**

La nazione è molto divisa: le coste Est e Ovest sono quasi totalmente per i democratici, mentre il resto del Paese è prevalentemente repubblicano. Se non hai gente in giro è difficile capire cosa sta succedendo.

#### **Adesso avete spedito qualcuno nella "pancia" del Paese?**

Cerchiamo di farlo con un network di freelance, perché essere presenti sul campo è cruciale, che si tratti di crisi dei migranti o di Donald Trump.

#### **A proposito, si dice che il presidente non sarebbe rieletto, se si votasse ora.**

Credo che il Paese sia molto diviso. E lo resterà a lungo. C'è una tendenza a dire che la percentuale di approvazione di Trump sia molto bassa, ma la realtà è che rimane forte tra i suoi sostenitori: gli credono anche quando parla dei media come falsi e truffatori.

#### **La gente non si informa abbastanza?**

Forse le persone sono sopraffatte, perché c'è più informazione disponibile che in qualsiasi altro periodo storico, ma si tende a reperire le notizie laddove si rinforzano i propri pensieri. Incredibilmente, la tecnologia ha prodotto come risultato il fatto di essere esposti a meno opinioni di prima, ed è qualcosa che non credevo possibile.

#### **La presidenza Trump è a rischio come molti dicono?**

Penso che tutti i discorsi sull'impeachment sia-

no esagerati: potrebbe succedere solo se i Dem vincessero la Camera nel 2018. Per quante cose immobili Mueller (il procuratore speciale che indaga sul Russiagate, *ndr*) possa trovare non porteranno all'impeachment. Ci potranno forse essere capi d'accusa contro Manafort, ma difficilmente contro Trump: come provare cosa sapeva e quando? Le cose che potrebbero emergere sono più simili allo scandalo Iran-Contras, che indebolì il presidente Reagan, o alla faccenda Lewinski: potrebbero fiaccarne la presidenza ma non farla finire. Chi parla del Watergate dovrebbe pensare alla Lewinski...

#### **Peskov, l'addetto alla stampa di Putin, parlando col *Nyt* ha evocato una guerra di informazione: è reale?**

Si, ma il governo russo ha diffuso false informazioni: è questo uno dei problemi più grossi...

#### **Che responsabilità hanno i social network?**

Ci sono una quantità di notizie false che girano online e nessuno che controlla. Non era certo un mondo perfetto quando esistevano solo tre network e il notiziario della sera che diceva «questa è la verità», ma penso che avere reporter che controllano le informazioni e poi le pubblicano sia l'unica strada possibile. Facebook è un luogo in cui chiunque può postare quello che vuole senza controllo, una piazza perfetta per le *fake news*.

#### **Soluzioni?**

Non credo nella censura e non so come si controlli un fenomeno simile, ma penso che le persone nel tempo stiano diventando più capaci di discernere tra le cose che leggono. Sono convinto, pragmaticamente, che i cittadini dovrebbero fidarsi di più quando vedono un post di un media noto piuttosto che quello di una persona qualunque.

#### **Perché i russi stanno ingaggiando una guerra di questo tipo?**

Credono che i media americani siano controllati dal governo e credo vogliano controbilanciare la propaganda. In ogni caso, anche se Peskov e le *fake news* sono una grossa parte del problema, sarebbe un grave errore credere che non ci fossero tensioni economiche, politiche e razziali in America. C'erano prima delle elezioni e ci sono ancora. I russi e alcuni politici le hanno però sfruttate a loro vantaggio.

#### **I NUMERI DI UN SUCCESSO**

- La circolazione è a 1,2 milioni di copie, il più alto livello di sempre
- Tra novembre 2016 a settembre 2017 ha venduto quasi 545 mila nuovi abbonamenti, con un aumento del 100% sull'anno precedente.
- Nel 2017 ha guadagnato quasi 400 mila nuovi abbonati, + 81% rispetto all'anno scorso.
- Gennaio 2017 è stato il mese con più abbonamenti. New

*Yorker*, più di 100 mila nuove sottoscrizioni, un record per la rivista e per tutto il gruppo Condé Nast.

- Anche la rivista ha sperimentato l'effetto Trump (il cosiddetto *Trump Bump*) come molti altri organi di informazione e nel caso del *New Yorker* l'incremento degli abbonamenti si inserisce in una tendenza a una aumento dell'nuove sottoscrizioni due cifre in atti già da venti trimestri

**Media** È venuto  
il momento di applicare  
a Google e Facebook  
le regole dell'editoria **28 | 29**

# trattiamo Google e Facebook da editori

**Vincoli** | *Fanno informazione e plasmano l'opinione pubblica. Perché non sottoporli alle stesse regole dei media? L'Authority inglese spiazza i grandi del web*

**Le società hi-tech sarebbero costrette a rispettare le norme sulla trasparenza e i tetti alle quote di mercato per scongiurare i monopoli**

PAOLO BOTTAZZINI

■ Per Giangiacomo Feltrinelli l'editore è uno che può cambiare il mondo così poco, da non poter nemmeno cambiare editore. Dopo la Brexit, il Regno Unito sembra intenzionato invece a riconfigurare (almeno un po') l'aspetto del mondo, imponendo un'etichetta ad alcune imprese che finora hanno cercato di sfuggire a qualunque definizione: Google e Facebook. La categoria da applicare è proprio quella di «editori», con l'obiettivo di ridimensionare le ambizioni di monopolio sull'informazione planetaria, e la libertà di manovra, dei giganti della Silicon Valley.

- **Nuovi paletti ai big del digitale**  
Le protagoniste dell'operazione sono due donne: il presidente dell'Ofcom, l'autorità britannica di regolamentazione delle telecomunicazioni, Patricia Hodgson, e il segretario di Stato per la cultura, Karen Bradley. I termini dell'iniziativa sono stati illustrati nel corso di due audizioni davanti alla Commissione della Camera dei Comuni che monitora media, sport e digitale. Il primo affondo è ar-

rivato il 10 ottobre dall'Ofcom, nel contesto di un dibattito sui rischi collegati alla manipolazione dell'informazione, alla diffusione di contenuti estremisti, all'acquisto di inserzioni con profilazione ideologica su micro-target. L'inchiesta che ha investito in America Facebook, Twitter e Google, solleva preoccupazioni relative anche alle responsabilità delle istituzioni politiche di controllo. Le due piattaforme di social network hanno ammesso, dai primi di settembre, di aver venduto pubblicità a profili riconducibili alla propaganda del Cremlino, durante la campagna elettorale per la Casa Bianca: sebbene le inserzioni abbiano beneficiato di investimenti contenuti (nell'ordine di qualche decina di migliaia di dollari, a quanto dichiarato dal responsabile per la sicurezza di Menlo Park, Alex Stamos), gli annunci sarebbero stati visualizzati da una decina di milioni di utenti, prima e dopo il giorno delle elezioni. Il 9 ottobre anche Google ha ammesso di essere stato contaminato dalla macchina del proselitismo russo, con la vendita di spazi pubblicitari sia sul motore di ricerca, sia su YouTube, sia sulla rete dei siti partner. L'investimento dei troll di Putin in questo caso si sarebbe aggirato intorno ai 100 mila dollari.

- **Le macchine del consenso**  
Patricia Hodgson ha illustrato la proposta presentandola come una ri-

flessione personale, il proprio punto di vista sulla strategia che permetterebbe di accrescere la neutralità delle notizie in circolazione sulla Rete. L'Ofcom non ha espresso una posizione ufficiale, ma Karen Bradley ha ripreso le argomentazioni del presidente dell'autorità nella sua relazione alla Camera dei Comuni dell'11 ottobre. I giganti della Silicon Valley finora hanno aggirato gli obblighi di cui tutti gli editori si fanno carico sulla verità dei fatti testimoniati nelle notizie, sulla deontologia professionale del giornalismo, sulla normativa che regola la comunicazione pubblicitaria e quella redazionale nel corso delle campagne elettorali. L'importanza di una piattaforma come Facebook è riassunta, con la forza di pochi dati, da Max Read sul *New York Magazine* del 1º ottobre 2017: tra il 23 marzo 2015, giorno in cui Ted Cruz ha annunciato la sua candidatura alle primarie Repubblicane, e il novembre 2016, negli ultimi giorni prima delle elezioni, 128 milioni di persone negli Usa hanno generato circa dieci mi-



liardi di interazioni sulla corsa alla Casa Bianca. Post, like, condivisioni, commenti, hanno inondato le bacheche degli americani, con un grado di coinvolgimento che ha risparmiato solo un margine di elettori piuttosto limitato – circa nove milioni, se si considera che, alla fine, ai seggi si sono presentati 137 milioni di cittadini. Facebook non potrebbe cambiare editore perché fuori dai suoi confini troverebbe un residuo di soggetti attivi al di sotto del 7%, rispetto a quello che già possiede in termini di produzione e di clienti.

#### • Più efficace dell'Onu

Il 25 settembre Mark Zuckerberg ha assicurato sul suo blog che tutti a Menlo Park «hanno lavorato, nel corso del fine settimana precedente, per assicurare l'integrità delle elezioni in Germania»: una dichiarazione appropriata per il capo di un contingente di Caschi Blu, o per il comandante delle forze dell'ordine – ma un po' sbarlordiniva se a pronunciarla (anzi, a scriverla) è l'amministratore delegato di una piattaforma di chiacchierate, quale Facebook vuole presentarsi. Nessuna struttura associativa, nemmeno la Chiesa cattolica (che dalla fine di novembre conterà meno «iscritti» del social network), è oggi in grado di mettere in opera la forza di organizzazione dell'opinione che si realizza in Silicon Valley. Per questa ragione Heiko Maas, ministro della Giustizia del governo tedesco uscente, ha fatto approvare al Bundestag il 30 giugno una legge che penalizza con una multa, fino a 50 milioni di euro, i social

media che non provvedano a rimuovere i post con «evidenza di *hate speech*», entro 24 ore dalla segnalazione.

#### • Obbligo di trasparenza

Le preoccupazioni della Germania riguardano il negazionismo dell'Olocausto e le aggressioni rivolte agli immigrati. Ma il progetto britannico si spinge oltre il provvedimento di Berlino. Il potere di formare l'opinione, di cui si sono mostrati capaci Facebook e Google, non permette di più di derubricare a manipolazione (occasionale e locale) le manovre di microtargeting con i troll, e il «*dark adv*». La strategia perseguita dai giganti della Silicon Valley è stata prima quella di negare ogni addebito; poi di ammettere l'esistenza di falsi account, e di inserzioni con finalità politiche, acquistate da organizzazioni vicine al Cremlino – ma di minimizzare la loro influenza sul pubblico. L'obiettivo rimane la conservazione dell'autonomia, di fatto e di diritto, nella gestione dei contenuti a pagamento e di quelli generati dagli utenti. L'iscrizione sotto la categoria degli editori li costringerebbe alla trasparenza sui soggetti e sui contenuti delle transazioni pubblicitarie, e all'equilibrio nella distribuzione degli spazi promozionali tra tutte le parti coinvolte. Li sottoporrebbe anche alla normativa che regola la ripartizione e i tetti sulle quote di mercato che possono essere controllate da ciascun soggetto nell'area di competizione. E, finalmente, offrirebbe a tutti – persino a loro – la libertà di scegliersi un altro editore per plasmare le opinioni del pubblico.

## Giornalismo aumentato

«La verità si sta ancora allacciando le scarpe che una bugia ha già fatto il giro del mondo». La caustica affermazione di Mark Twain ci dice che fake news e bufale non sono un genere giornalistico nuovo. Certo il web e in modo particolare i social network, come Facebook, hanno giocato, e giocano, un ruolo fondamentale nell'alimentare false notizie, dicerie velenose, gossip e rumors d'ogni tipo. Tuttavia la crisi dell'informazione tradizionale, dalla stampa a Tv e radio, è figlia di un sistema che si deve confrontare con un cambio d'epoca, se non d'era, che sta rivoluzionando l'intera società. E che dunque pone sfide di mercato e professionali che sono in gran parte inedite, come lo sono i profili delle nuove professioni. Citizen, visual, data e brand journalist, blogger, youtuber: solo per citare alcune delle definizioni che congedano figure mitiche del giornalismo: inviati speciali, fotoreporter, tipografi, operatori tv e fonici. Ormai tecnologie e applicazioni molto semplici, ma efficacissime, consentono a (quasi) tutti di improvvisarsi giornalisti, video maker, fotografi, pubblicitari. Il risultato di questa doppia azione distruttiva è, appunto, la fine di un mondo giornalistico-informativo e l'inizio di una nuova era. Tutta da inventare, ovviamente, perché al momento allo stato liquido. Queste in estrema sintesi e per larghe trame sono le riflessioni sviluppate nel volume collettivo *Giornalismo aumentato. Attualità e scenari di una professione in rivoluzione* (Franco Angeli, 22 euro). Una raccolta di saggi agile, ricca di informazioni, dati e scenari che certo interesseranno il pubblico specialista, gli studenti delle scuole di giornalismo e comunicazione. Ma anche tutti coloro che sanno quanto sia importante e decisivo per la democrazia e la vita sociale un'informazione corretta, veritiera e libera da condizionamenti proprietari.

**Giornalismo aumentato. Attualità e scenari di una professione in rivoluzione**  
**Franco Angeli, 22 euro**



# Piero Angela

**“Giovani troppo distratti dagli smartphone serve voglia e tempo per informarsi bene”**

## L'INSEGNAMENTO

Nella nostra scuola  
si insegna  
soprattutto il passato  
e poco il futuro  
Ciò che manca è una  
cultura scientifica

## LA CONOSCENZA

Vanno cercate fonti  
affidabili. Spesso  
sul web più che  
la verità si cerca  
una conferma  
alle proprie opinioni

### LUCA FRAIOLI

**ROMA.** Alla soglia dei novant'anni Piero Angela ha deciso di passare il testimone. Non in tv, dove da febbraio riprenderà a condurre Superquark, ma nelle aule di licei e università. «Ho in mente un esperimento educativo» spiega il giornalista. «Voglio portare davanti agli studenti personalità di grande spessore che trasmettano ai giovani il loro sapere. Comincerò io martedì prossimo a Torino di fronte 200 liceali e 200 universitari del Politecnico».

Il progetto pilota parte infatti nel capoluogo piemontese grazie all'adesione di Francesco Profumo, presidente della Compagnia di San Paolo, e di Marco Gilli, rettore del Politecnico, appunto. Per "Costruire il futuro" Angela ha reclutato, tra gli altri, una pattuglia di decani: dal sociologo Giuseppe De Rita al farmacologo Silvio Garattini, passando per il demografo Massimo Livi Bacci. «Trenta lezioni sul mondo che ci aspetta, che io e gli altri relatori faremo senza alcun compenso».

**Piero Angela, come nasce questa idea?**

«Dalla constatazione che a

scuola si insegna soprattutto il passato e poco il futuro. Manca una cultura scientifica: certo, nelle aule si fa matematica, fisica, biologia, ma spesso non si parla del metodo e dell'etica della scienza. La conseguenza è che ai giovani non si dà una visione di questo mondo nuovo che avanza e di cui alcuni di loro saranno la classe dirigente. Iniziamo a Torino, ma mi piacerebbe esportare questa esperienza anche in altre città».

**Si è inceppato qualcosa nel meccanismo di trasmissione del sapere dagli anziani ai giovani?**

«Non credo. Penso piuttosto che molte cose abbiano distratto i giovani dal piacere di imparare, portandoli in altre direzioni. Sono sempre li col telefonino attratti da notizie strane, divertenti, polemiche. Non a caso uno dei temi che affronterò sarà proprio il rapporto tra informazione ed emotività: le notizie che scatenano emozioni sono quelle che vengono fatte esplodere dall'algoritmo del "mi piace"».

**Tutta colpa dei social quindi?**

«Ma no. Un tempo, è vero, non

c'erano tutte queste distrazioni. Ma non c'era nemmeno una vera divulgazione. Quando ero giovane avrei voluto leggere di scienza e tecnologia, ma sui media di allora se ne parlava pochissimo, i giornali avevano quattro pagine ed erano molto paludati».

**Roberto Burioni, il virologo contestato sul web dai no-vax, sostiene che la scienza non è democratica e che le decisioni le deve prendere chi è competente.**

«E' uno dei problemi più grossi della nostra epoca. Ora chi si vuole informare deve cercare fonti affidabili: da dove arriva la notizia? Chi l'ha diffusa? Capisco che le persone possono non aver tempo o voglia di farlo, ma solo così ci si informa correttamente. Soprattutto perché spesso sul web più che la verità si cerca una conferma alle proprie opinioni».

**Ma non le dispiace prendere atto di questa situazione dopo aver dedicato anni alla divulgazione?**

«Certamente. E' come se ci fosse una nuova battaglia da fare. Diceva Umberto Eco che una volta nei bar chi sparava teorie



strampalate veniva zittito e che ora invece chi lo fa sul web, magari attaccando un professore, diventa un interlocutore. E' sbagliato: capisco gli scienziati, ma non dovrebbero alimentare questi dibattiti».

**Tra i giovani c'è chi percepisce gli anziani come un tappo che li ha bloccati nella loro crescita e nelle loro carriere. E' il caso, per esempio, delle università.**

«Più che dai grandi vecchi inamovibili, questo, secondo me, è dipeso dal fatto che le selezioni non sono mai state fatte sul merito. All'estero per accedere a certe posizioni bisogna aver sudato sette camicie. Qui invece moltissimi sono stati assunti solo perché hanno saputo aspettare il proprio turno. Sono loro ad aver fatto da tappo: ora anche chi è bravo non vede possibilità perché sa che tutti i posti sono occupati. Per non parlare dei concorsi».

#### Parliamone invece.

«Un mio compagno delle elementari, Lorenzo Tomatis, dopo la laurea in medicina, si trasferì negli Usa a fare il ricercatore. Ebbe molto successo come oncologo e tentò di tornare in Italia: fece concorsi su concorsi. Finché all'ennesimo tentativo, a Roma, gli fu detto esplicitamente che era meglio se evitava di partecipare. Ricevette persino la telefonata del presidente della commissione d'esame che criticava il suo "curriculum magrolino". All'epoca era direttore del centro di ricerca sul cancro di Lione: capì che era meglio restare all'estero».

**Come farà a dirlo ai 400 giovani che si troverà di fronte da martedì.**

«Spiegherà loro che non è così dappertutto in Italia. Ci sono centri di eccellenza dove la ricerca è fatta benissimo. Se un ragazzo vuole occuparsi di scienza, ma va-

le per qualunque professione, io consiglio di inseguire l'eccellenza. Chi la raggiunge trova delle nicchie anche nel nostro Paese».

**Lei ha avuto un grande maestro?**

«Non nel giornalismo, perché ho iniziato in modo quasi casuale. Per quanto riguarda la scienza, invece, non posso dimenticare l'incontro con Edoardo Amaldi: è stato un modello sia come ricercatore che come uomo, per la passione e l'onestà che metteva in tutto ciò che faceva. Insieme agli altri ex ragazzi di via Panisperna, deteneva il brevetto sulla tecnica dei neutroni lenti usata nel famoso esperimento guidato da Enrico Fermi. Dopo la guerra quella scoperta venne usata per la fissione dell'atomo, il brevetto iniziò a fruttare molti soldi. Quando lo seppe, Amaldi si precipitò dalla moglie e le disse: "Siamo rovinati, siamo diventati ricchi"».

**Qual è il futuro che lei immagina per i giovani di oggi?**

«In Italia ci sarà un trauma demografico con una mareggiata di vecchi. Poi c'è chi immagina un aumento delle diseguaglianze legate alle nuove tecnologie, ma non tutti sono così pessimisti. Forse dovremo imparare a usare l'innovazione per distribuire meglio la ricchezza».

**E Piero Angela che futuro immaginava?**

«Non immaginavo certo che un giorno avrei viaggiato su un'auto a guida autonoma come mi è capitato qualche tempo fa nel campus dell'Università di Parma».

**Ha avuto paura?**

«Ero sul sedile posteriore, nessuno al volante. Quando ho visto dei pedoni attraversare la strada mi sono preoccupato. Ma l'auto si è fermata, anche se con una frenata un po' troppo brusca per i miei gusti».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

## DECALOGO NELLE SCUOLE. BOLDRINI: DEVONO DIFENDERSI

## Quattro milioni di studenti diventano detective anti-bufale

CORRADO ZUNINO

**C**ONTRO le notizie false, le *fake news*, la presidente della Camera Laura Boldrini e la ministra dell'Istruzione, Valeria Fedeli, domani andranno al Liceo Visconti di Roma a presentare #BastaBufale, il primo progetto di educazione civica digitale per il contrasto all'informazione spazzatura destinato agli studenti delle scuole medie e superiori (sono 4,2 milioni).

*BastaBufale*, il primo progetto di educazione civica digitale per il contrasto all'informazione spazzatura destinato agli studenti delle scuole medie e superiori (4,2 milioni di ragazzi).

A PAGINA 19

CON UN'INTERVISTA DI DE LUCA

## Il decalogo anti-bufale per quattro milioni di studenti

Al via il progetto che trasforma in detective gli alunni di medie e superiori

**La campagna della presidenza della Camera per le scuole**  
**"Combattiamo le fake news"**

CORRADO ZUNINO

**R**OMA. Contro le notizie false, le *fake news* globali, la presidente della Camera, Laura Boldrini, e la ministra dell'Istruzione, Valeria Fedeli, domani alle 10 andranno al Liceo Visconti di Roma (Roma centro) a presentare #BastaBufale, il primo progetto di educazione civica digitale per il contrasto all'informazione spazzatura destinato agli studenti delle scuole medie e superiori (sono 4,2 milioni). Presidente e ministra parleranno ai liceali del decalogo contro le bufale messo a punto dopo l'accordo di maggio tra Camera e Miur. Proveranno a spiegare come la circolazione di notizie non verificate possa «creare rischi per la società o diventare pericolosa per le persone». Possa «spa-

ventare, diffamare, umiliare, istigare all'odio e alla violenza, creare angoscia inutile». E possa — storia recente negli Stati Uniti — influire su un esito elettorale.

Le tre leggi fondanti del Decalogo Boldrini sono: "Condividi solo le notizie che hai verificato". Quindi, "Usa gli strumenti di internet per verificare le notizie" e "chiedi le fonti e chiedi le prove". Nelle scuole, negli scorsi giorni, è stata inviata la Dichiarazione dei diritti in internet e il ministero dell'Istruzione ha stipulato un accordo con la Federazione nazionale della stampa italiana che mette al centro proprio la cultura dell'informazione e la correttezza delle fonti.

Il decalogo *no fake*, in verità, per ora ha otto punti all'attivo: gli ultimi due arriveranno dopo le discussioni con gli studenti e i suggerimenti che potranno salire dal basso attraverso una piattaforma online di prossima apertura. Alla voce "Condividi solo notizie che hai verificato" (punto uno) si legge: «Chi mette in giro storie false, e magari trae guadagno dalla loro circolazione, conta sul nostro istinto a condividerle, senza rifletterci troppo. O sul fatto che siamo portati a credere che una notizia sia vera solo perché ci arriva da qualcuno che conosciamo. Non contribuite alla circolazio-

ne incontrollata di informazioni scorrette. Resistete alle cattive notizie e non fatevi imbrogliare».

Si devono usare gli strumenti che la stessa rete offre per fare le verifiche opportune (punto 2): cercare informazioni su chi pubblica, per esempio, verificare se si tratta di una fonte autorevole o no. «Guarda bene il nome del sito, magari è la parodia di un altro più famoso». Si possono controllare l'autenticità e la data delle foto usando i motori di ricerca. «Cerca un nome citato su siti autorevoli, giornali e tv di qualità». E poi, punto tre, "chiedi le fonti e le prove". Concretamente: «Guarda se la notizia indica le date e i luoghi precisi in cui avvengono i fatti. Se non lo fa, forse è sbagliata». All'interno di questo lavoro nasce il personaggio "L'incredibile Url", supereroe a caccia degli errori dei ragazzi in rete.

La ministra Fedeli dice: «Gli studenti non devono essere consumatori passivi di tecnologia, ma diventare produttori consapevoli di informazione e conoscenza. La scuola deve insegnar loro a far crescere queste competenze».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## I comandamenti anti fake news I comandamenti 9 e 10 saranno decisi dai ragazzi delle scuole



L'INTERVISTA / LAURA BOLDRINI: GLI HATER SONO IN RITIRATA

# “Nessun like è innocuo i ragazzi diventeranno cacciatori della rete”

99

La sfida è dare ai giovani gli strumenti perché siano loro a scoprire le menzogne

**66** LAURA BOLDRINI  
PRESIDENTE CAMERA

MARIA NOVELLA DE LUCA

ROMA. «La sfida è che i ragazzi diventino “cacciatori di bufale”, detective del web, in grado di capire, sempre, se una notizia è vera o è falsa, se un post su Facebook è semplicemente un post o invece una menzogna. Perché la rete è una prateria dove spesso il più forte prevale. Per questo credo fortemente nell’educazione civica digitale e quindi nel progetto rivolto ai giovani #BastaBufale, che presenteremo domani insieme alla ministra Fedeli». Laura Boldrini, presidente della Camera, ne parla con passione: il decalogo rivolto agli studenti è un vero e proprio manuale che aiuterà i ragazzi a difendersi dalle fake news.

Presidente Boldrini, lei ha detto che le “fake news” sono “gocce di odio che infettano il web e infangano le persone”.

«È così. In Rete c’è tutto. Opportunità straordinarie e bande di sciacalli. Ma la cosa grave è che buona parte degli utenti fatica a riconoscere il vero dal falso. Gli studenti, ad esempio. Bravissimi a navigare, ma come ha dimostrato una ricerca dell’università di Stanford spesso incapaci di distinguere una notizia da una pubblicità».

**Quindi il decalogo vuole insegnare ai nativi digitali a diventare “debunker”, cacciatori di menzogne.**

«Sono stati proprio i più famosi debunker italiani, Paolo Attivissimo, ad aiutarci a scriverlo, elaborando i contributi giunti da Miur, Confindustria, Fieg, Rai, Facebook, e Google. Ma lo scopo è che i ragazzi imparino a difendersi da soli».

**Quali sono gli strumenti del “cacciatore di bufale”?**

«Verificare le fonti, l’identità di chi pubblica una notizia, chiedere aiuto agli esperti, imparare a riconoscere gli odiatori e i provocatori seriali, spiegare ai ragazzi che i loro clic e like hanno un valore...».

**Del resto lei stessa è stata a lungo bersaglio di campagne di odio sul web.**

«Sì, è vero, presto inizieranno i processi contro chi mi ha infagato, credendosi al sicuro all’ombra della rete. Per questo l’estate scorsa con un post su Facebook ho annunciato che avrei denunciato chi continuava a spargere menzogne. Per dimostrare che non esiste impunità contro questi sciacalli. e che in uno stato di diritto all’odio si risponde con la legge. Quel post

ha avuto una valanga di commenti soprattutto di donne, che raccontavano quanto anche loro fossero vittime dello stesso tipo di stalking».

**E gli odiatori sono diminuiti?**

«Gli hater sono in ritirata, hanno capito che rischiano grosso. Da leoni da tastiera si sono trasformati in conigli in fuga. Ma non è una questione personale. Ho sempre considerato centrale il tema dell’uso corretto della rete, perché il web è la nuova frontiera dei diritti. Infatti ho istituito una commissione che fu coordinata dal professor Rodotà, da cui è nata la Carta dei Diritti e dei Doveri di internet».

**Poi l’appello #BastaBufale.**

«Migliaia e migliaia di firme. Da quella mobilitazione ho capito che bisognava coinvolgere nella battaglia più soggetti, gli editori, la Rai, anche la Confindustria, perché si impegnasse a non vendere pubblicità sui siti di bufale».

**E Facebook?**

«Ho scritto a Zuckerberg chiedendo che venga istituito anche in Italia un centro di controllo sui fenomeni di odio in Rete. Trenta milioni di utenti in Italia meritano un investimento maggiore da parte dell’azienda.

**Del decalogo anti-bufale ha parlato il New York Times.**

«Sono molto interessati alla nostra iniziativa. Del resto il fenomeno delle fake news è planetario, riguarda tutti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# IL COMPLotto COME TEOREMA

*Internet e le tesi cospirazioniste: c'è chi crede di utilizzare un metodo oggettivo per orientarsi nel dedalo delle informazioni, e invece si inocula, senza rendersene conto, un veleno mentale. Il discutibile programma di una società della conoscenza*

“Io verifico sempre una notizia. Quando sento ‘attentato in Egitto’, o altrove, cerco notizie sul Web mettendo accanto la parola ‘complotto’”.

Pensando di esprimere l'imparzialità del suo punto di vista, Thomas forniva un esempio del modo in cui la tecnologia di Internet serve il pregiudizio a favore della conferma

Esiste una diseguaglianza nell'accesso alle fonti, ai contenuti e alle infrastrutture della informazione tra società diverse e all'interno della medesima società. Questo divario numerico potrebbe impedire lo sviluppo delle “società del sapere”. Una “frattura cognitiva” qualifica la diseguaglianza tra individui

LA DEMOCRAZIA DEI CREDULONI -  
*di Gérald Bronner*

L'8 dicembre 2011 ho partecipato a una trasmissione su Radio Sud intitolata “Indagine e inchiesta” sul tema del complotto. Il retroscena della trasmissione era l'ennesimo nuovo sviluppo dell'affare DSK (Dominique Strauss-Kahn, ndr). Un giornalista americano, Edward Jay Epstein, pretendeva di avere nuovi elementi che suggerivano che l'ex direttore dell'Fmi era stato probabilmente vittima di una cospirazione. In realtà la discussione si concentrò più sul problema del complotto in generale che su questa storia. Molto spesso la partecipazione a questo genere di trasmissioni mi frutta una sequela di rimproveri su Internet (“Gérald Bronner è esattamente come coloro che, asserviti al potere, vogliono impedire alla gente di esprimere il proprio parere” per citare una reazione tra le altre), ma non per questo me ne astengo. Uno dei miei interlocutori, di nome Thomas, invitato dall'emittente, era abbastanza incline a una visione cospirazionista del mondo. Per provare la serietà del suo approccio, dichiarò: “Io verifico sempre una notizia. Quando sento: ‘Atten-



tato in Egitto', o altrove, cerco notizie sul Web mettendo accanto la parola 'complotto''. Pensando senza dubbio di esprimere l'imparzialità del suo punto di vista, Thomas forniva, senza saperlo, un meraviglioso esempio del modo in cui la tecnologia di Internet serve il pregiudizio a favore della conferma. Credendo di utilizzare un metodo oggettivo per orientarsi nel dedalo di informazioni che è diventato il mercato cognitivo, Thomas si inocula, senza rendersene conto, un veleno mentale.

Non penso che allora i miei argomenti lo abbiano convinto. Eppure oggi sarebbe per lui estremamente semplice sottoporsi a un piccolo esperimento per verificare che avevo ragione. Prendiamo qualche fatto d'attualità sufficientemente importante da essere stato commentato: il terremoto che ha sconvolto Haiti nel 2010 e la morte di Lady Diana. Supponiamo che Thomas utilizzi il suo infallibile metodo per "verificare le notizie". Per quanto riguarda il caso Diana, Thomas avrà il 67 per cento di probabilità di imbattersi in tesi cospirazioniste se fa la sua ricerca usando i termini "Diana" e "complotto" e solo il 7 per cento cercando solo "Diana". Per il terremoto di Haiti, avrà il 50 per cento di probabilità di imbattersi in siti cospirazionisti e nessuna se toglierà la parola "complotto". Tutto questo può sembrare evidente: ciò nonostante quando Thomas ha fatto la sua dichiarazione pubblica, sembrava persuaso di portare la prova di una forma di rigore intellettuale. Invece, non faceva altro che mostrare come il buon senso può essere tratto in inganno dalla potenza del pregiudizio a favore della conferma. Il mercato cognitivo è diventato una sorta di auberge espagnol: ci si trova quello che vi si porta. Era proprio il modo con cui Thomas aveva posto la domanda che aumentava la probabilità di arrivare proprio a quello che lui voleva trovare. All'epoca si può supporre che Thomas ignorasse che esiste un elemento che fa crescere l'effetto del pregiudizio a favore della conferma quando si ricorre a Google per informarsi: le bolle di filtraggio.

### Le bolle di filtraggio

Supponiamo che due individui con sensibilità politiche e morali molto diverse, utilizzatori regolari di Internet, siano in cerca di un'informazione per mezzo di Google. Non cercano l'indirizzo della pizzeria più vicina, ma dati sulla pena di morte, la crisi finanziaria, oppure le rivoluzioni arabe. Verrà loro proposta la stessa cosa e nello stesso ordine dal motore di ricerca? No, se si crede a Eli Pariser. Le nostre ricerche su Internet, in particolare se utilizziamo Google, sono condizionate dalle bolle di filtraggio (filter bubbles) che ci presentano le informazioni tenendo conto di 57 criteri, tra i quali la storia delle nostre ricerche, la nostra localizzazione, il tipo di computer che utilizziamo, la nostra lingua, ecc. Un tale meccanismo è motivato, senza dubbio, dalla volontà di rendere le nostre ricerche più efficaci: una persona che vuole comprare un mobile sarà avvantaggiato dal fatto che il motore di

ricerca gli proponga dei negozi francesi invece che peruviani se lui vive in Francia. Ma può diventare un problema serio se volete evitare di trovare informazioni che vanno nella direzione delle vostre credenze, in una parola, se volete evitare di essere vittime del pregiudizio a favore della conferma. In effetti se il motore di ricerca tende a proporre i siti in un ordine che, per esempio, sposa la vostra sensibilità di consumatore e di cittadino, allora non saranno solo le strisce pubblicitarie a provare a imprigionarvi in una specie di replica elettronica di voi stessi, ma anche, in parte, le informazioni che appaiono sulle prime pagine che Google propone.

Indipendentemente dal motore di ricerca, il ricorso alle bolle di filtraggio per organizzare le informazioni su Internet è in espansione. Così, il Washington Post, proprietario di Slate.com, fa ricorso a Trove e il New York Times a News.me, due motori di ricerca che tengono conto delle preferenze degli internauti per orientarli verso informazioni ritenute di maggiore interesse per loro. Nello stesso ordine di idee, il software Findory permette all'internauta di programmare da solo i temi e le elaborazioni preferite, ma si riprogramma in modo autonomo se si accorge che l'internauta non segue le proprie indicazioni! Potremmo moltiplicare gli esempi, pensiamo a dispositivi come Flipboard e Zite, che propongono di produrre giornali speciali per tablet basati sulle scelte dei percorsi delle persone sui social network (Facebook, Twitter): le persone potranno così consultare una piccola rivista ritagliata su misura per loro. E' uno dei molteplici aspetti del modo in cui il progresso tecnologico acutizza una caratteristica ancestrale della mente umana. L'espansione tecnologica di una disposizione mentale può essere molto utile per i gesti di consumo correnti e, durante i trenta minuti quotidiani di trasporto pubblico, ci vengono proposti articoli sullo sport piuttosto che sul deficit nella sanità. Ma potrebbe anche succedere che si venga rafforzati in idee preconcette, non sempre giuste.

Il pericolo costituito dalle bolle di filtraggio forse non è così preoccupante, se si dà credito alla "controinchiesta" alla quale si è dedicato Weisberg. Troviamo davvero cose così diverse quando cerchiamo informazioni su Google con le stesse parole-chiave? Weisberg ha chiesto a un certo numero di persone con sensibilità molto diverse (una persona che lavorava a Wall Street, un democratico moderato che dirigeva una Pmi, un liberale, un ex sviluppatore di Slate, un impiegato dei trasporti che si riteneva molto a sinistra...) di utilizzare Google con parole-chiave suscettibili di produrre differenze su base ideologica. Screenshot alla mano, Weisberg non ha trovato diffe-

renze rilevanti tra le proposte fatte dal motore di ricerca. Secondo Weisberg la denuncia di Pariser è soprattutto militante e i suoi timori non sono legittimi. Quando ha deciso di interrogare i responsabili di Google su questa questione, gli è stato risposto: "In realtà noi abbiamo degli algoritmi specifici concepiti per limitare la personalizzazione e aumentare la varietà nelle pagine dei risultati". Sulla stessa linea di pensiero, Jonathan Zittrain, professore di Diritto informatico a Harvard, spiega: "L'esperienza mi fa ritenere che gli effetti della personalizzazione della ricerca siano piccoli".

Devo riconoscere che i numerosi esperimenti sul rapporto tra credenze e Internet che ho portato avanti con i miei studenti hanno condotto anche me a essere meno allarmista di Pariser su questo punto - ci ritornerò. Il fenomeno delle bolle di filtraggio esiste, rappresenta un ulteriore supporto al pregiudizio a favore della conferma nel mercato cognitivo contemporaneo, ma per ora è marginale. Ci sono cose molto più importanti delle bolle di filtraggio nell'organizzazione della presentazione delle informazioni su Internet, lo vedremo.

### Perché Internet è un alleato delle idee opinabili?

Come molte delle principali innovazioni tecnologiche, Internet ha suscitato molte paure e molte speranze. Molti libri hanno incontrato un certo successo di pubblico sia che sostenessero le une che le altre. Il Web, dato che permette una crescita esponenziale della diffusione dell'informazione e potenzialmente un accesso all'informazione gratuito per tutti, è apparso ad alcuni poter dare corpo al programma di una società della conoscenza. Questa nozione, utilizzata per la prima volta da Peter Drucker è stata ripresa e approfondita numerose volte. Essa si fonda sulla seguente constatazione: i mutamenti nei sistemi di produzione hanno condotto le nostre società a considerare il sapere e l'innovazione fattori chiave dello sviluppo economico, e l'accesso di tutti a questo sapere come la posta in gioco fondamentale per il nostro futuro democratico. La teoria della società della conoscenza diventa contemporaneamente analisi e progetto politico. Il rapporto mondiale dell'Unesco "Verso la società del sapere" ne può essere considerato il manifesto:

In questo momento, la diffusione delle nuove tecnologie e l'avvento di Internet come rete pubblica sembrerebbero aprire nuove opportunità per allargare lo spazio pubblico del sapere. Ci siamo dotati di mezzi che permetteranno un accesso paritario e universale alla conoscenze, e una condivisione autentica? Allora questa sarà la chiave di volta per una vera società del

sapere che sarà la fonte di uno sviluppo equilibrato e duraturo.

Il rapporto si fonda essenzialmente su un'analisi in due punti. Da una parte constata l'esistenza di un divario numerico, in altri termini di una diseguaglianza nell'accesso alle fonti, ai contenuti e alle infrastrutture dell'informazione tra società diverse e all'interno della medesima società. Questo divario numerico potrebbe impedire lo sviluppo delle "società del sapere". Diventa perciò urgente, non solo per servire i valori democratici, ma anche per favorire lo sviluppo economico globale, ridurre tale divario numerico.

D'altra parte, questo sforzo è necessario, ma non sufficiente: "La trasformazione dell'informazione in sapere richiede un lavoro di riflessione. Come tale, un'informazione non è che un dato crudo, la materia prima dell'elaborazione di un sapere". Bisogna perciò prendere atto di una "frattura cognitiva" che qualifica la diseguaglianza tra individui (essenzialmente in ragione di un differenziale nel livello di educazione) in rapporto alla "padronanza di alcune competenze cognitive, critiche e teoriche, il cui sviluppo è esattamente l'obiettivo delle società del sapere". Questa padronanza dovrebbe permettere all'individuo, secondo l'autore del rapporto, di orientarsi nel mare di informazioni per trovare la terra ferma della conoscenza.

Non è difficile provare simpatia per le intenzioni morali e politiche di un tale programma, ma non è obbligatorio accettarne senza discutere le analisi. La diagnosi del rapporto Unesco - che si serve dell'esperienza di nomi prestigiosi: Régis Debray, Jacques Derrida, Jean-Pierre Dupuy, Francoise Héritier, Julia Kristeva, Bruno Latour, Jean d'Ormesson, Paul Ricœur, Dan Sperber, Alain Touraine e molti altri - appare discutibile se si tiene conto dei reali meccanismi di concorrenza tra i prodotti della conoscenza e quelli della credenza. Il programma della società della conoscenza soffre di un errore di valutazione sul processo di diffusione non selettiva dell'informazione che caratterizza i rapporti tra domanda e offerta cognitiva, in particolare su Internet.

## Il problema del non-risolto

Abbiamo visto che la facilità di accesso all'informazione e la massificazione della sua diffusione favoriscono il pregiudizio a favore della conferma, che è il solido basamento su cui poggia l'immortalità di qualsiasi credenza. Ma c'è un altro elemento da prendere in considerazione che i commentatori della cultura su Internet non sembrano aver individuato: si tratta di un mercato cognitivo ipersensibile alla strutturazione dell'offerta e automaticamente, alla motivazione dei venditori. Questo è uno dei fattori principali nell'organizzazione della concorrenza cognitiva su tale mercato.

Un'informazione può essere cercata con due atteggiamenti principali.

Da una parte, con un pregiudizio a favore della con-

ferma: abbiamo già una credenza (che forse è incerta) e tendiamo a cercare informazioni che la confermino. E' quello che si osserva spesso sui social network, per esempio. Qualunque sia il punto di vista difeso, se qualcuno su Facebook "posta" sulla sua pagina un'informazione divertente o scandalosa, gli "amici" reagiscono in modo da rafforzarla aggiungendo informazioni e collegamenti che vanno nella stessa direzione, così da confermare la prima storia. Sia chiaro, su Facebook ci possono anche essere delle polemiche, ma quando la differenza di opinione perdura, gli amici presto si separano e si rifugiano in una nicchia amicale più favorevole alle loro idee.

Lo strumento è concepito esattamente con questo scopo, dato che consente di dichiarare nei confronti di un post "Mi piace" ma mai "Non mi piace".

**Il giornalista neutrale non è un giornalista. Un premio Pulitzer del Nyt smonta alla grande le fake tesi sul giornalismo obiettivo**

Da qualche mese a questa parte, una buona fetta del mondo del giornalismo ha cominciato a occuparsi con grande intensità del tema delle fake news, creando una sorta di contrapposizione ideale tra ciò che si trova sulla rete e ciò che non si trova sulla rete e lasciando spesso intendere che la questione della post verità sia del tutto svincolata dalle piattaforme dei media tradizionali e sia legata esclusivamente alle notizie false veicolate dai famigerati cattivissimi social network. Fino a oggi il dibattito sulle fake news ha seguito grosso modo questo spartito, ovverosia i giornali buoni che sfidano la rete cattiva, e non è mai entrato in modo dettagliato nel cuore di un altro problema, che non si può non affrontare per definire con chiarezza quali devono essere le giuste precauzioni che ogni giornalista dovrebbe adottare per combattere i professionisti della bufala. La questione è semplice ed elementare e suona più o meno così: che cosa vuol dire oggi essere un giornalista obiettivo? Il tema si trova al centro di un libro uscito due giorni fa negli Stati Uniti ("Just a Journalist") firmato da una storica giornalista del New York Times (Linda Greenhouse) che dopo aver seguito per una vita da cronista la Corte suprema americana (1978-2008) e dopo aver dato un contributo alle pagine dei commenti dello stesso giornale ha scelto di gettare un importante sasso nello stagno del giornalismo attaccando uno dei grandi dogmi della stampa anglosassone (e non solo di essa): la necessità per un giornalista di essere obiettivo, neutrale. Il dibattito innescato dal libro di Linda Greenhouse (premio Pulitzer nel 1998) è significativo perché arriva da una giornalista (di sinistra) che lavora da anni per un quotidiano che ha fatto del mito della neutralità un suo tratto distintivo ("Chi lavora per il Nyt - si legge a pagina 19 del codice etico del giornale - non deve far nulla che possa far sollevare domande circa la sua neutralità personale") e perché arriva sotto forma di sfogo contro tutti quei colleghi ipocriti desiderosi di avallare una post verità di cui nessuno oggi ha il coraggio di parlare: il dovere di un giornalista di essere neutrale. Linda Greenhouse - che nel libro ricorda con soddisfazione di aver espresso opinioni personali contro l'approccio di George W. Bush su Guantanamo mentre lavorava sulla Corte suprema e rivela di aver finanziato per molto tempo Planned Parenthood negli stessi anni in cui descriveva l'evoluzione legislativa del mondo pro choice americano - non dice solo che il giornalismo neutrale è una fesseria, perché ognuno di noi in fondo è come un fotografo che inquadra il mondo dalla sua personale prospettiva e non si può certo pensare di fare una foto oggettiva non viziata dal proprio punto di vista. Ma fa qualcosa di più: rivendica la necessità per un giornalista di esercitare il suo ruolo senza fingere di essere neutrale e afferma che un buon giornalista per essere credibile deve dire da che parte sta. "Il mantra dell'obiettività - scrive Greenhouse - spesso inibisce i giornalisti a separare un fatto reale da una finzione e a svolgere fino in fondo il proprio dovere per aiutare i cittadini a essere davvero informati. Il contrario di obiettività non è faziosità, o non dovrebbe esserlo. Piuttosto è il giudizio, il duro lavoro di dividere le questioni false da quelle vere - e di eliminare o quanto meno segnalare quelle false". La sintesi del ragionamento di Greenhouse ci porta a una conclusione sulla quale varrebbe la pena riflettere, non solo in America e non solo per chi lavora nei giornali: e se la stagione delle post verità fosse lì a dirci che il modo più efficace di combattere le fake news sia smetterla di far finta che il giornalista sia come una tabula rasa e senza pensiero? E se, in altre parole, l'unico modo per essere obiettivi fino in fondo fosse quello di spiegare ai propri lettori, o ai propri telespettatori, qual è la nostra inquadratura? Nell'epoca delle post verità, forse, l'unico modo per parlare senza farsi ridere dietro di fake news è quello di fare i conti con la più grande bufala della nostra epoca: la fake neutrality.



# #BastaBufale. Boldrini: «Le fake news non sono goliardate»

**Presidente della Camera e ministro Fedeli per la campagna destinata a 4,2 milioni di studenti**

**LUCA LIVERANI**

**A**ltro che scherzi. «Le bufale, le *fake news*, non sono delle goliardate, ma azioni che mirano ad avere dei tornaconti: che possono essere economici, o per distruggere la reputazione delle persone - a volte avversari politici - o anche per distruggere la reputazione delle aziende, o a creare caos sociale». La presidente della Camera Laura Boldrini usa parole nette sul fenomeno dilagante delle false notizie, create a tavolino e diffuse in rete. Lei stessa è stata presa di mira più volte da *fake news* su suoi inconsistenti parenti, arricchitisi con improbabili raccomandazioni. Per questo ieri mattina la presidente della Camera assieme al ministro dell'Istruzione Valeria Fedeli si è recata al centralissimo liceo classico Visconti per presentare ai ragazzi il decalogo contro le bufale, una sorta di "cassetta degli attrezzi" che consenta alle ragazze ed ai ragazzi di difendersi dalle false notizie che circolano sul Web. È il progetto #BastaBufale, che coinvolgerà un totale di oltre 4 milioni e 200mila studenti delle scuole secondarie di primo e di secondo grado, incentrato su un decalogo di dieci punti, otto dei quali già elaborati, due che dovranno invece essere formulati dagli stessi studenti.

Il primo punto è «Condividi solo notizie che hai verificato»; il secondo «Usa gli strumenti di Internet per verificare le notizie»; il terzo «Chiedile fonti e le prove»; il quarto «Chiedi aiuto ad una persona esperta o ad un ente davvero competente»; il quinto «Ricorda che anche Internet e i social network sono manipola-

bili»; il sesto «Riconosci i vari tipi e gli stili delle notizie false»; il settimo «Hai un potere enorme: usalo bene»; l'ottavo «Dai il buon esempio; non lamentarti del buio, ma accendi una luce». I due mancanti saranno stilati direttamente dagli studenti, attraverso uno strumento di scrittura cooperativa che il Miur metterà a disposizione delle scuole sul proprio sito. Per gli insegnanti è previsto un pacchetto di materiali didattici legati all'iniziativa. Il progetto fa parte di un più ampio pacchetto di azioni che il ministero dell'Istruzione sta mettendo in campo per la prima volta sul tema del controllo delle fonti e per l'educazione civica digitale. L'iniziativa si svolgerà con esperti che sensibilizzeranno gli studenti sulle *fake news* e con importanti partner quali Facebook e Google, la Camera dei deputati, la Rai, Confindustria e la Federazione degli editori (Fieg). Le azioni del Miur sul fronte dell'educazione civica digitale e dell'educazione ad un uso corretto del Web rientrano nelle indicazioni sul potenziamento dell'offerta formativa previste dalla legge 107 del 2015, la cosiddetta Buona Scuola. «I giovani di oggi sono nativi digitali, ma non devono essere consumatori passivi di tecnologia - ha detto Fedeli - quanto piuttosto consumatori critici e produttori consapevoli di informazione e conoscenza». Verificare ciò che si condivide, ma anche «rifiutare un linguaggio d'odio e avere rispetto dei diritti altrui dentro e fuori la Rete». Le notizie false creano opinioni distorte. «La disinformazione inquina il dibattito democratico - ha aggiunto Boldrini - alterando l'opinione pubblica e violando il diritto delle persone a una corretta informazione». Le nuove generazioni devono sviluppare senso critico: «Vorrei che diventassero dei veri e propri "cacciatori di bufale", dei "detective del Web"».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



♦ **Visti da lontano**

## Confusione dei valori: dipende da Internet?

di **Massimo Gaggi**

Critiche aspre, minacce di regolamentare la Silicon Valley per legge. Facebook, Google e Twitter sono uscite ammaccate ma senza troppi danni dal «processo» del Congresso per le infiltrazioni russe nelle loro piattaforme e per le *fake news*. Forse arriveranno norme in materia sessuale e sulla pubblicità politica. Misure significative ma limitate. E per nulla scontate. Sommerso dalle critiche, le imprese di Big Tech promettono di autoregolamentarsi. Lo avevano già fatto in passato. Per dimostrare che stavolta fa sul serio, Mark Zuckerberg ha detto agli azionisti che in futuro i profitti verranno penalizzati perché mettere in sicurezza la piattaforma di Facebook costerà caro: e per lui la democrazia americana viene prima dei profitti. Fin qui non è stato così: ieri la società ha annunciato un altro trimestre record con utili per 4,7 miliardi di dollari: più 79% sull'anno precedente. Intervenire in modo efficace non sarà, comunque, facile. In altre sedi, ad esempio, il presidente di Alphabet-Google, Eric Schmidt, ha detto di essere preoccupato per le presidenziali Usa del 2020: le imprese correranno ai ripari, ma intanto i russi stanno inventando nuovi strumenti d'infiltrazione. Ma, dal punto di vista della tenuta democratica, Russiagate e *fake news* sono solo una parte del problema. Quello più profondo e difficile da affrontare riguarda il sostegno dato dai cittadini ai valori democratici. Un recente sondaggio Pew condotto in 38 Paesi su un vasto campione (42 mila intervistati) mostra una crescente confusione di valori. L'uomo potenziato da Internet e imbevuto di cultura della *disruption* è affascinato dalla democrazia diretta: il popolo che decide direttamente, al posto dei parlamenti, sulle leggi principali. E molti preferiscono essere amministrati da esperti, anziché dai politici eletti. Se a una prima domanda generica un rassicurante 80% vede positivamente la democrazia rappresentativa, poi ben il 70% dice di preferire il voto diretto dei cittadini rispetto a quello dei loro eletti su tutte le grandi questioni nazionali. Molti devono avere idee confuse sulla democrazia perché c'è anche un 43% che vuole affidarsi agli esperti. Le percentuali di Usa ed Europa, Italia compresa, non sono lontane da queste medie. Numeri che non vanno presi per oro colato, certo, ma sui quali si deve riflettere. Anche perché non è la prima volta che emerge un crescente distacco dai valori democratici, soprattutto tra i giovani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# Fake news e falsi profili sulla Rete

## Così si organizza la disinformazione

### Campagne pro Putin, xenofobia, attacchi a Pd e al Colle

**il caso**

JACopo Iacoboni

Cosa è successo, anche in Italia, nelle reti e nei social network legati alla politica? Dietro la denuncia di Renzi alla «Stampa» ci sono molti elementi. Facebook ancora a novembre 2016 negava di essere una «media company», quindi di essere responsabile per i contenuti, ma dal report dell'aprile 2017, «Information operations», ha ammesso che «stati e organizzazioni» (da notare il plurale) hanno agito sulla piattaforma per minare la democrazia con disinformazione organizzata. Ad aprile Facebook non nominava ancora i russi, oggi invece ci dice: 146 milioni di utenti americani sono stati esposti ignari a dark ads, pubblicità politiche o post di disinformazione russi. 146 milioni, metà dell'elettorato americano. Twitter a settembre diceva di aveva individuato solo 201 account controllati da attori russi, ora ne stima 2752. Un numero che gli analisti considerano ancora insincero. Al quale vanno aggiunti (almeno) 30 mila bot, account automatizzati russi.

Su Facebook a fine 2016 (l'anno cruciale del referendum costituzionale che ha disarcionato Renzi) esisteva osservato a valle un network pro M5S di 550 pagine, gruppi, account, di generali, aggregati in 6 grossi cluster (grappoli tematici), e messi in contatto da una serie di mediatori, che poteva raggiungere tre milioni di italiani. Una rete che aveva un andamento non casuale, architettonico. Pestava su pattern analoghi a quelli russi:

contro le élite (Pd), contro gli immigrati o apertamente xenofobi. Pro Putin. Facciamo un esempio: il Fan Club Di Maio, 74 mila membri, può prendere di mira un politico Pd come Emanuele Fiano per le sue origini ebraiche (pubblicando la sua foto accanto a quella di un maiale, «trova le differenze») scatenando nei commenti un'esaltazione anti-Pd, e pura violenza antisemita. Il gruppo naturalmente era «non ufficiale», non riconducibile al Movimento. Ma perché Di Maio non è stato il primo a chiedere ingenti danni, visto che usavano il suo nome?

Da La Fucina, sito della Casaleggio, sono partiti post antivaccinisti di enorme viralità che hanno aggregato un mondo, sempre in chiave anti mainstream, o antiPd. La denuncia qui è venuta dal New York Times. Altro esempio. Putin. L'uomo forte. Il sito chiave silenziefalsità.it, ritwittato nella rete pro M5S (a partire da Pietro Dettori, ex social media manager della Casaleggio, e oggi responsabile dell'Associazione Rousseau) ha al momento un editoriale di questo tenore: «Non saranno i bluff americani che impensieriranno Putin! Putin ha in mente una strategia coerente, che è facilmente comprensibile e che lui rende comprensibile - e perciò facilmente condivisibile, come dimostra il larghissimo seguito nella sua patria e in Occidente!». Di chi è questo sito? È stato creato il 29 settembre 2016 alle 9,38 da Marcello Dettori, un altro Dettori. È collegato a una pagina facebook seguitissima che embedda indifferentemente video contro «Maria Etruria Boschi» o pro Putin, con il logo de La Cosa, il canale virale del blog di Beppe Grillo, gestito dalla Casaleggio. C'è un disclaimer piccolissimo, che allude a una presunta satira; ma una volta viralizzati su Face-

book, nessuno coglie questa «satira». Come quando embeddano il video di Putin che salva gli stipendi di una fabbrica russa «cacciando fuori gli attributi» contro il management corrotto. Episodi di disinformazione grave di RT, il network del Cremlino, rilanciati nella rete pro Grillo, provocarono nell'ottobre 2016 una crisi diplomatica seria tra governo italiano e Cremlino.

Su twitter una folta schiera di account pro M5S fecero diffamazione seriale contro i leader Pd e il Quirinale nella campagna referendaria. Alcuni account sono stati cancellati (per esempio la celebre Beatrice Di Maio). Altri sono spariti e poi riapparsi, mutati (per esempio l'account teladoiolanius). Non conta l'identità materiale del gestore, che solo i magistrati possono scoprire, l'anonymato peraltro consente a tanti attori, trasversali, di agire di nascosto. La rete in cui erano iscritti era però pro M5S e non casuale, come le dinamiche del loro «engagement». A volte, chat grilline su whatsapp li coordinano. Questi account twitter erano ghost uno dell'altro, ossia condividevano dati e metadati (like, retweet, retweet dei retweet) in maniera matematica. Da allora qualcosa è stato scoperto, e ora c'è più cautela da parte di quegli attori. Abbiamo chiesto ai dirigenti attuali o di quel periodo di Facebook e twitter, di commentare per questo articolo, ci hanno rimandato ai comunicati ufficiali.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

**146**

**milioni**

Facebook ha ammesso che 146 milioni di utenti americani sono stati esposti a informazioni fasulle durante le presidenziali



*Report sulle fake news: le persone condividono spinte dalle emozioni e dalla propria comunità*

# Bufale, non bastano fatti e cifre

## Servono le stesse armi: racconti potenti, emozioni, immagini

DI ANDREA SECCHI

**T**irare fuori fatti e cifre per contrastare la falsa informazione serve a poco. Le iniziative di verifica dei fatti, il cosiddetto fact checking tanto di moda oggi, non sono da buttare ma hanno scarso impatto su ciò che la gente crede: possono un paio di cifre o affermazioni verificate far cambiare idea ai supporter di **Donald Trump** quando questi afferma qualcosa di sbagliato? Serve invece giocare con le stesse carte di chi diffonde volontariamente le bufale: raccontare storie vere ma coinvolgenti, basarsi su una narrazione potente, usare immagini, video. Altrimenti è solo una perdita di tempo.

**La conclusione arriva da un report** appena pubblicato dal Consiglio d'Europa (un'organizzazione di 47 stati ma non un organo dell'Unione europea) e dedicato appunto al «disordine informativo», all'inquinamento dell'informazione e a come è possibile contrastarlo.

Nel report non si usa mai il termine fake news, perché, si spiega, è ormai utilizzato soprattutto dai politici per eti-

chettare l'informazione che per loro è semplicemente sgradevole e cercare così di mettere un bavaglio alla stampa libera. Si identificano però tre tipi di inquinamento informativo (giocando con la lingua inglese): la *mis-information*, che si ha quando false informazioni sono condivise senza però l'intento di danneggiare nessuno; la *dis-information*, quando false informazioni sono volontariamente condivise con la volontà di creare danno; la *mal-information* quando informazioni genuine sono rese pubbliche nonostante fossero destinate a restare private. Quest'ultimo è un caso differente che non viene preso in considerazione dal report, ma per fare un esempio è quanto è successo al presidente francese **Emmanuel Macron** alla vigilia del secondo turno per l'Eliseo, lo scorso maggio, con la diffusione di oltre 21 mila e-mail. Ovviamente nel documento c'è poi anche tutta un'analisi su quali siano le ragioni e gli attori dietro le bufale.

**Quale che sia il tipo di inquinamento informativo**, il motivo del successo è che questi contenuti spesso giocano sulle

emozioni delle persone, incoraggiando i sentimenti di superiorità, rabbia o paura. Tutti fattori che portano a condividere le informazioni spesso in maniera acritica soprattutto sui social, nell'intento anche inconscio di connettersi con le proprie comunità e «tribù» come dice il report realizzato da due ricercatori, una delle quali **Claire Wardle** è direttore della First Draft, una coalizione fra gruppi media tradizionali e online per studiare e combattere il fenomeno delle fake news.

La comunicazione non è soltanto una trasmissione di messaggi: il consumo di informazione delle persone e la successiva condivisione è, secondo la visione di questo report e di altri studi precedenti, «un modo per riaffermare la propria affinità con una narrazione più ampia del mondo e del proprio posto nel mondo, e trascende fatti e cifre».

Ecco perché di fronte ai rumors non serve a niente dire: «**Barak Obama** non è un musulmano». Molto meglio raccontare di quando la domenica Obama va a messa con l'intera famiglia nella chiesa vicino a casa.

— © Riproduzione riservata — ■



# tecnodemolizione delle competenze

**Mutamenti |** *Nel 2018 arriva in Italia il saggio di Nichols sulla sfiducia negli esperti: i social network hanno potenziato i pregiudizi che ci lasciano nella nostra ignoranza. Ma alla base c'è la mancanza di autocritica delle élite*

**«Quando la democrazia è intesa come una richiesta indefinita di opinioni prive di fondamento, tutto diventa possibile»**

**NICOPITRELLI**

■ «Tutti li abbiamo incontrati. Sono le persone che lavorano con noi, i nostri amici, i nostri familiari. Sono giovani e vecchi, ricchi e poveri, alcuni hanno studiato, altri sono soltanto armati di un computer portatile o di una tessera della biblioteca. Ma tutti loro hanno una cosa in comune: sono persone qualsiasi persuase di essere in realtà i depositari di un patrimonio di sapere. Convinti di essere più informati degli esperti, di saperne molto di più dei professori e di essere molto più acuti della massa di creduloni, costoro sono gli spiegatori e sono entusiasti di illuminare noi e tutti gli altri su qualunque tema, dalla storia dell'imperialismo ai pericoli connessi ai vaccini».

Questo qui sopra è un estratto del libro *The Death of Expertise* (Oxford University Press, 2017): recensito tra gli altri dal *New York Times*, da *The Conversation* e *Diplomatic Courier*, il testo sarà disponibile in italiano nel 2018, la sua lettura è stata consigliata – tra gli altri – dal presidente del Consiglio Paolo Gentiloni all'ultimo Forum di Cernobbio. E, c'è da scommetterci, se ne parlerà anche in vista della prossima campagna elettorale.

Il saggio di Tom Nichols, professore di National Security Affairs all'US Naval War College di Newport, Rhode Island, affronta un tema cruciale per la tenuta delle democrazie liberali: il rapporto tra esperti e cittadini. Sottotitolo *The Camping Against Established Knowledge and Why It Matters*, il volu-

**Una ricerca Usa dimostra come si tende a screditare dati scientifici contrari alle nostre credenze anche tra i progressisti**

me indaga le principali forze in gioco impegnate nel ridurre il ruolo dell'*expertise* negli attuali processi di formazione dell'opinione pubblica. Forze che promuovono la credenza, se non la presa, che qualunque opinione sia ugualmente valida e ogni prospettiva sia degna di considerazione, con conseguenze imprevedibili, perché, come scrive Nichols, «quando la democrazia è intesa come una richiesta indefinita di opinioni prive di fondamento, tutto diventa possibile, inclusa la fine stessa della democrazia e del governo repubblicano».

Il focus del libro è sugli Stati Uniti, ma il clima crescente di avversione nei confronti degli esperti è diffuso in molti altri Paesi, incluso il nostro. Da un'indagine dell'Osservatorio sui cambiamenti del consumo di informazione News Italia, condotta recentemente dal laboratorio di ricerca sulla comunicazione avanzata LaRICA, realtà dell'Università di Urbino "Carlo Bo", risulta ad esempio che i nostri connazionali sono sempre più propensi a seguire le indicazioni che emergono nelle cerchie dei contatti sui social media rispetto ai pareri di leader competenti.

## • Il Paese dell'uomo della strada

Anche più che in Italia, bisogna poi considerare che la resistenza alle autorità intellettuali nella società statunitense ha radici antiche e profonde. Nichols sottolinea fin da subito come il mito romantico della saggezza dell'uomo comune e del buonsenso del genio autodidatta non sia mai tramontato nel suo Paese. Lo aveva già sottolineato Alexis

**Vittime del "pregiudizio di conferma" sono anche i primi che dovrebbero riconoscere i propri errori: accademici e tecnocratici**

de Tocqueville quasi duecento anni fa nel classico *La democrazia in America*: la sfiducia nei confronti dell'autorità intellettuale è insita nella natura egualitaria della democrazia oltreoceano.

Cosa è cambiato allora rispetto al passato? Primo, sostiene l'autore di *The Death of Expertise*, il fatto che i social media danno voce agli "spiegatori" come mai era accaduto finora. Secondo, non è tanto la riluttanza verso la conoscenza ufficiale a preoccupare, ma «l'emergenza di un'ostilità positiva nei confronti di tale conoscenza».

L'elemento nuovo è in altre parole una sfrontata celebrazione dell'ignoranza, che ha trovato in Donald Trump la sua più plateale manifestazione.

L'ascesa del tycoon immobiliare alla Casa Bianca è stata segnata fin dall'inizio da posizioni marcatamente antiscientifiche e dal disprezzo degli esperti che, durante un comizio elettorale nell'aprile del 2016 nella cittadina di La Crosse, nel Wisconsin, Trump non esitò a definire «terribili».

In risposta alle critiche di dilettantismo riguardo alle sue proposte in politica estera, l'allora candidato repubblicano in quell'occasione dichiarò che «se il



nostro presidente (Obama, *ndr*) e i nostri politici andassero in vacanza per 365 giorni all'anno e andassero al mare, la situazione in Medio Oriente sarebbe molto meglio di adesso». Non stupisce che tali affermazioni abbiano fatto breccia, almeno secondo Nichols, in una crescente fascia di popolazione propensa ad avere posizioni forti su qualunque argomento indipendentemente dalla conoscenza dell'argomento stesso.

#### • Le radici dell'ignoranza

A questo proposito lo studioso americano, profondo conoscitore del mondo russo, cita tra i vari aneddoti raccolti un sondaggio pubblicato nel 2014 dal *Washington Post* che chiedeva agli americani se fosse opportuno un intervento militare degli Stati Uniti in Ucraina dopo la crisi in Crimea. Nonostante solo un intervistato su sei fosse in grado di identificare correttamente il Paese su una cartina geografica, la maggior parte dei rispondenti aveva un'idea chiara di come procedere, con una propensione all'azione direttamente proporzionale all'incompetenza sulla complessa situazione geopolitica. Detto in altro modo, le persone che collocavano l'Ucraina in America Latina o in Australia erano quelle più entusiaste riguardo all'ipotesi di usare la forza nella penisola contesa tra Putin e il governo di Kiev.

La diffusione di una visione fiera e virtuosa dell'ignoranza illustrata da queste storie non solo è un fatto nuovo ma è anche un ingrediente fondamentale per alimentare la sfiducia nei confronti dell'*expertise* necessaria alla crescita dei populismi a livello globale. Pur non avendo la profondità analitica di testi come *L'assalto alla ragione* di Al Gore (Feltrinelli, 2007), *La Rivolta delle élite* di Christopher Lasch, da poco riproposto da Neri Pozza in Italia, o di recenti volumi di stampo più accademico come *Scienza e democrazia* del filosofo della scienza italiano Pierluigi Barrotta (Carocci, 2016), il libro di Nichols è un utile rassegna per capire come tutto ciò sia potuto accadere nell'era di Internet.

#### • Così la crisi ha accelerato

L'elenco delle cause è lungo.

In primo luogo, il saggista americano sottolinea il ruolo giocato dai pregiudizi mentali con cui giudichiamo i fatti, in particolare il bias di conferma, fenomeno cognitivo che ci spinge a ricercare, selezionare e interpretare informazioni che avvalorano le nostre convinzioni o ipotesi, e viceversa, a ignorare o sminuire quelle che le contraddicono. La forma più estrema del bias di conferma è rap-

presentato dalle teorie cospirazioniste, che nella politica americana contemporanea abbondano, sottolinea Nichols. Basti pensare alla credenza che Barack Obama sia nato in Africa e in segreto sia musulmano o alla diceria secondo cui il presidente Bush abbia fatto parte del piano per attaccare gli Stati Uniti negli attentati dell'11 settembre. L'autoinganno che ci muove a interpretare prove e fatti in modo che siano favorevoli alle nostre aspettative riguarda tutti, indipendentemente da livello culturale, titolo di studio, status sociale o dalle credenze politico-religiose.

Uno studio pubblicato nel 2015 su *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* ha mostrato che le persone di orientamento progressista reagiscono allo stesso modo di quelle di orientamento conservatore quando vengono esposte a notizie scientifiche che ne mettono in discussione la visione del mondo: si fidano meno della scienza invece che dubitare delle proprie convinzioni.

Tali reazioni sono coerenti con i più recenti risultati delle ricerche svolte nell'ambito delle scienze sociali computazionali applicate alle dinamiche comunicative sui social media. Si considerino a tal proposito gli studi di Walter Quattrociocchi e del suo gruppo del Laboratory of Computational Social Science all'IMT di Lucca che hanno rilevato secondo diverse prospettive quanto la rete amplifichi la tendenza a circondarsi di persone che la pensano come noi e quanto siamo poco disponibili a considerare visioni del mondo diverse dalle nostre. I social si rivelano uno straordinario amplificatore del pregiudizio di conferma e portano alla formazione di camere di risonanza fortemente polarizzate che comunicano pochissimo tra di loro, le ormai famose *echo-chamber*.

Nichols mette poi sotto accusa l'attuale sistema dell'istruzione superiore americano, reo di essere complice dell'indebolimento della relazione tra esperti e cittadini. Lo studioso ce l'ha in particolare con la tendenza a considerare gli studenti sempre più come clienti e non come persone a cui fornire gli strumenti per comprendere la realtà nel senso più ampio possibile. Tale orientamento è il risultato di politiche di privatizzazione dell'università finalizzate ad accaparrarsi più fondi e allievi possibili secondo logiche di marketing e a scapito di una visione non utilitaristica della conoscenza.

L'accademico dell'US Naval War College cita come esempio dell'attuale deriva mercantilistica dei sistemi accademici l'eccessivo rilievo attribuito alle valutazioni degli studenti nei confronti dei professori. Un'attenzione che a suo

modo di vedere alimenta l'idea di poter giudicare chi ne sa più di noi senza troppe remore. L'approccio orientato al consumatore legittima inoltre il ricorso alle emozioni quale ultima e incontestabile diga argomentativa contro l'evidenza dei fatti e la complessità delle situazioni. Ma l'università non può essere ridotta semplicemente a business e gli studenti non hanno sempre ragione, avverte Nichols.

Non può poi mancare nella lista il cosiddetto effetto Google, l'illusione di diventare esperti di qualunque argomento con veloci e superficiali ricerche su Internet. Fenomeno a cui è legato il declino del giornalismo tradizionale, messo in crisi da una concorrenza online basata su modelli di business che rendono sempre più raro il lento e costoso lavoro investigativo dell'informazione di qualità e favoriscono, viceversa, *clickbaiting* e diffusione di *fake news* al solo scopo di generare rendite pubblicitarie più elevate.

#### • L'ora dell'autocritica

Ma la parte forse più originale del libro è quella in cui vengono individuate le responsabilità degli stessi esperti nell'erosione della fiducia. Sul banco degli imputati non ci sono dunque solo "la società" o "i cittadini", ma gli errori, le frodi, l'arroganza, il cinismo, la perdita di contatto con la realtà da parte delle élite politiche, accademiche, intellettuali. L'autocritica, e una seria riflessione per autoriformarsi, è indispensabile, ammonisce Nichols, per spiegare ad esempio come mai nel 1964 la fiducia degli americani nei confronti del governo raggiungeva un picco del 77 per cento, mentre nel 2015 si attestava al 19.

Cosa possono fare allora gli esperti per cercare di evitare la *secessio plebis*? L'autore di *The Death of Expertise* offre diversi suggerimenti: quello principale è contrastare scientificamente il pregiudizio di conferma, problema che riguarda tutti ma che ha effetti pesanti sulla credibilità istituzionale quando a esserne vittima sono manager, accademici, ricercatori, agenti della comunicazione, tecnocrati.

Secondo il saggista americano tutti i fattori descritti creano complessivamente un vortice di irrazionalità che indebolisce una delle basi su cui si fonda la democrazia: la fiducia nei confronti del sapere certificato. Quando questo accade, conclude Nichols, non solo diventa impraticabile il funzionamento di società complesse, ma la democrazia stessa entra in una spirale mortale che porta o al populismo o alla tecnocrazia, gli esiti autoritari del collasso del rapporto tra esperti e non-experti.

# se i social dettano le regole ai politici

**Propaganda | Dopo il Russiagate Facebook e Twitter sono all'angolo. Così arrivano nuovi obblighi per le inserzioni in campagna elettorale. E qualche dubbio**

**La piattaforma di micro blogging ha bloccato la pubblicità degli account di Russia Today e Sputnik**

**Manca ancora una legge che dia dei parametri alle piattaforme. Negli Usa è al vaglio un Honest Ads Act**

FEDERICO GENNARISANTORI

■ Tutti i nodi vengono al pettine. E a volte capita che questa vecchia massima valga anche per le aziende più potenti del mondo. Parliamo di Google, Facebook e Twitter, che si trovano a dover fare i conti con un nuovo scandalo. Il Russiagate ha definitivamente sollevato il problema dell'assenza di regole per le inserzioni pubblicitarie a sfondo politico nelle grandi piattaforme digitali. E ora i giganti del web hanno bisogno di tranquillizzare gli utenti, rabbonire i politici e dare un segnale agli investitori. Preoccupandosi dei messaggi che veicolano e incentivando la trasparenza.

La settimana scorsa Twitter ha bloccato le inserzioni di tutti gli account appartenenti a *Russia Today* (RT) e *Sputnik*, due media che il Cremlino ha utilizzato per orientare l'opinione pubblica occidentale su istanze filorusse. Una scelta significativa e solo la più eclatante delle novità annunciate dai due social network, Twitter e Facebook, messi all'angolo dalle indagini del governo statunitense sull'ultima tornata elettorale.

#### • Pubblicità invisibile

Lo scandalo delle ingerenze russe nelle recenti consultazioni in Usa, Francia, e Germania attraverso i social network (che segue le scoperte sul ruolo giocato nella vittoria di Donald Trump da Cambridge Analytica, la società che ha pianificato la sua campa-

gna sui social media) nasce dal fatto che molte delle notizie false diffuse sono state "sponsorizzate", nel senso che hanno raggiunto maggiore visibilità sulle piattaforme a fronte di un pagamento. Facebook ha registrato 470 account e pagine «non autentici» e «probabilmente controllati dai russi», che tra giugno 2015 e maggio 2017 hanno creato circa 3.000 messaggi pubblicitari e investito 100 mila dollari. Twitter, invece, ha parlato di 201 account falsi individuati e poi soppressi.

Se nessuno se n'è accorto prima è perché i contenuti "sponsorizzati", siano essi *dark post* di Facebook o *only-promoted tweet*, possono essere visti soltanto dalle persone che rientrano nel target costruito dall'inserzionista: non c'è modo di tracciarli né di sapere quanti utenti hanno raggiunto. Ma la musica, almeno per chi intende candidarsi alle prossime elezioni, sta per cambiare.

#### • La svolta sulla trasparenza

Oltre a rinunciare agli introiti della pubblicità di RT e Sputnik, Twitter ha promesso di investire in ricerca gli 1,9 milioni di dollari che stima di aver guadagnato dalla sola RT tra il 2011 e il 2017. E c'è di più. Perché gli account di esponenti politici saranno verificati da un apposito bollino e sui loro post sponsorizzati apparirà la dicitura *promoted by* ("promosso da") seguita nuovamente dal loro nome. Ogni utente potrà vedere il target e l'importo stabiliti. In un Advertising Transparency Center, infine, saranno archiviate le in-

formazioni su tutte le campagne attivate all'interno della piattaforma, sia no esse politiche o meno.

Molto simili sono gli aggiornamenti di Facebook: chi vuole fare inserzioni politiche dovrà verificare la propria identità e, anche qui, sui post apparirà la scritta *paid for by* ("pagato da"). Nel caso di un candidato, si potranno visualizzare delle informazioni in più sul suo profilo e, addirittura, sugli altri avvisi pubblicitari che ha lanciato. Quest'ultima è la novità più interessante, perché a breve gli utenti troveranno su qualunque pagina Facebook – sia essa politica o no – il pulsante *view ads*, che permetterà di vedere i post sponsorizzati attivi in quel momento, con alcune specifiche sul target. Se si tratta della pagina di un politico o di un partito, dovrà essere disponibile anche un archivio delle inserzioni degli ultimi 4 anni, oltre ai dati sul denaro speso, sul numero di persone raggiunte e sulla profilazione del pubblico. Gli algoritmi per rintracciare i *fake* saranno rafforzati e circa mille persone – hanno promesso da Facebook – lavoreranno alla sele-



zione delle inserzioni politiche.

#### • Agli inserzionisti piacerà?

Per mesi Mark Zuckerberg aveva rifiutato l'idea che il suo social network potesse essere stato sfruttato dal Cremlino, ma l'evidenza dei fatti lo ha costretto a cedere. Troppo grave il danno all'immagine di piattaforma al servizio delle persone e della democrazia che Facebook intende promuovere. Anche Twitter non ha potuto ignorare la gravità della situazione, ma in più ha deciso di dare contro ai media russi. Una scelta che, oltre a voler compiacere i politici americani, potrebbe essere parte di una strategia di *rebranding* dopo anni di crisi. Nonostante i segnali positivi dell'ultimo trimestre, la ripresa è ancora un miraggio perché fare pubblicità su Twitter non conviene abbastanza: forse puntare sulla trasparenza potrebbe essere uno stimolo per alcuni inserzionisti.

Sullo sfondo, però, c'è una controindicazione: le inserzioni, le spese e i target saranno visibili a tutti, compresi i

concorrenti. Come la prenderanno le grandi aziende e i partiti politici che lottano per il governo? E, soprattutto, quali escamotage potrebbero inventare per sottrarsi al rischio di vedersi copiate le strategie? Sembra un paradosso, ma l'agognata trasparenza potrebbe avere un effetto boomerang, scatenando la riluttanza degli inserzionisti. E, altro paradosso, chi fa politica - che è chiamato a dare le regole - si troverà a rispettare per la propria sfera di azione delle regole che, giuste o sbagliate che siano, di fatto non si è dato.

#### • La legge che (ancora) non c'è

Una svolta sulla trasparenza c'è stata. Facebook e Twitter hanno fatto tutto di loro iniziativa, per le ragioni che abbiamo spiegato. E i problemi, come le pressioni politiche - almeno negli Stati Uniti - non mancano. Il senatore democratico Mark Warner ha sottolineato che le misure delle due aziende riguardano soltanto la propaganda di esponenti politici e candidati, non tutte le «istanze politiche»: quelle su cui si sono basati movimenti come Occupy Wall Street o Black Lives Matter, e che

il Cremlino ha sfruttato.

Warner, insieme alla senatrice democratica Amy Klobuchar e al repubblicano di ferro John McCain, ha presentato una proposta di legge denominata *Honest Ads Act*, che punta a imporre nuove regole a qualsiasi sito web, applicazioni, motori di ricerca, social network o piattaforma pubblicitaria che abbia almeno 50 milioni di utenti. Con l'obbligo di pubblicare tutti i dettagli delle inserzioni politiche su cui siano stati investiti più di 500 dollari, riguardanti non solo le campagne elettorali ma anche le «istanze».

Ma la realtà è che ancora manca una legge che fissi i parametri a cui i social network devono uniformarsi. Twitter e Facebook hanno voluto dare un segnale, con il chiaro proposito di anticipare il senato americano. Ora che fare propaganda sul web è diventato un obbligo, la domanda resta: sarà la politica a dare le regole ai social network o, forse, è già avvenuto il contrario, perché in fondo sono i social network ad aver cambiato la politica imponendole nuove regole di comunicazione?

# Silicon Valley Can't Destroy Democracy Without Our Help

**Emily Parker**

**S**IICON VALLEY, once a force for good, is now a threat to democracy. At least that's the impression you'd get from the flood of news and commentary about social media's role in the presidential election. This week, representatives of Twitter and Facebook, along with Google, testified before Congress about how Russia exploited their platforms to interfere with the election.

But while Russian meddling is a serious problem, the current sentiment toward Silicon Valley borders on scapegoating. Facebook and Twitter are just a mirror, reflecting us. They reveal a society that is painfully divided, gullible to misinformation, dazzled by sensationalism, and willing to spread lies and promote hate. We don't like this reflection so we blame the mirror, painting ourselves as victims of Silicon Valley manipulation.

At the hearing, Senator Dianne Feinstein, Democrat of California, squarely blamed the tech companies for Russian interference. "You bear this responsibility," she said. "You've created these platforms."

But we, the users, are not innocent. Some of the Russian propaganda on social media was cribbed from content that was posted by Americans. Yes, social media helps propaganda spread farther and faster. But Facebook and Twitter didn't force users to share misinformation. Are Americans so easily duped? Or more alarming, did they simply believe what they wanted to believe?

In the last few months of the presidential campaign, a BuzzFeed News analysis concluded, fake news stories got more Facebook engagement than the most widely read stories from major news outlets. The Russians didn't single-handedly create this situation; they just jumped into the fray. The real crisis is Americans' inability or unwillingness to sift fact from fiction, a problem that is

worsened by a loss of trust that the mainstream will set the record straight.

Some blame social media for Donald Trump's rise to power. The election "shook Silicon Valley's belief that the internet always fosters societal good," Representative Ro Khanna, Democrat of California, wrote in a Washington Post op-ed essay. "Trump used the tools of technology to win." Twitter remains the perfect vehicle for Mr. Trump's nuance-free missives. But it's not Twitter that is making Mr. Trump go viral; it's Twitter's users. They include all of us who follow, retweet and reply to Mr. Trump — even when we do so out of outrage or because his statements have news value. If it weren't for all of us, the president would be shouting into a void.

Twitter could work harder to fight hate speech, but that wouldn't solve other difficult problems like ideological echo chambers and a general dumbing down of the national conversation, because those are also happening in real life. People already seek out cable television channels and newspaper opinion columns that reinforce their views.

Facebook's algorithms may encourage echo chambers, but that's because the company figured out what users want. Have you really never unfriended, unfollowed or muted someone who didn't agree with you? Those who fret about the idea that many Americans don't have access to diverse perspectives should scrutinize Americans' individual choices

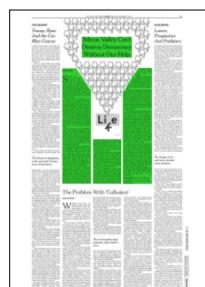
as well as the platforms on which those choices are made.

Shouldn't Silicon Valley be able to fix all of this?

If Facebook can connect all of humanity, as its chief executive, Mark Zuckerberg, aims to do, the platform should be able to root out fake news, critics might argue.

But misinformation is a legitimately tricky problem, and the wrong approach could give Silicon Valley even more power. Who will be the new arbiter of truth? An algorithm? The government?

La Silicon Valley non può distruggere la democrazia senza il nostro aiuto



Mr. Zuckerberg or Twitter's chief executive, Jack Dorsey? Some crowdsourcing exercise that involves the "American people," many of whom believed the fake news in the first place? The real problem is that Americans don't have a shared sense of reality.

It has become popular to demonize Silicon Valley. Three recent book titles describe big tech as a "wrecking ball," an "existential threat" and an underminer of democracy. Antonio García Martínez, a former Facebook employee who helped create the company's ad machine, observed that people feel addicted to Facebook, and then hate themselves and the company because of it. He noted that Facebook is extraordinarily skilled at increasing our addiction. Mr. García Martínez acknowledged in a Twitter exchange that yes, Facebook is effectively giving users what they want, but the question is whether to give it to them. Put another way, shouldn't social media platforms try to make us eat our vegetables, even if we prefer candy?

A couple of years ago, I was part of a team that tried that very experiment. We ran a Silicon Valley start-up called Parlio, which was later acquired by Quora. Parlio aimed to be a social media platform for civil debate. But what we discovered was that people loved the idea of reasoned debate, then decided that those debates took too much time. Thoughtful content was also less likely to go viral, and many users are addicted to the sugar rush of virality. So while people liked the idea of eating their vegetables, they still gravitated to Twitter's candy aisle.

Social media platforms magnify our bad habits, even encourage them, but they don't create them. Silicon Valley isn't destroying democracy — only we can do that. □

**EMILY PARKER**, a fellow at New America, is the author of "Now I Know Who My Comrades Are: Voices From the Internet Underground."

## PERTES &amp; PROFITS | FACEBOOK

## Beaucoup de sous et... de soucis

**T**out va pour le mieux dans le meilleur des mondes de Facebook. Ou presque. Si le réseau social tentaculaire a beaucoup de sous, il a aussi pas mal de soucis depuis qu'il a servi de cheval de Troie des intérêts russes durant la présidentielle américaine de 2016. Côté performance économique, les résultats publiés mercredi 1<sup>er</sup> novembre par le géant californien parlent d'eux-mêmes : un bénéfice net de 4,7 milliards de dollars (4 milliards d'euros) au troisième trimestre (+ 79 %) ; et un chiffre d'affaires dépassant les 10 milliards (10,3 milliards) pour la première fois depuis sa création en 2004 par le petit génie de Harvard, Mark Zuckerberg.

**Trolls venus du froid**

Les perspectives sont très réjouissantes pour une entreprise réunissant plus de 2 milliards d'utilisateurs actifs, dont 1,37 milliard d'usagers quotidiens. Une telle « communauté » explique aisément que Facebook ait six millions d'annoncateurs publicitaires revendiqués, un déluge d'offres et de gros problèmes pour tous les héberger sur ses pages. Les dirigeants s'attendent désormais à ce que la croissance des recettes publicitaires (+ 49 % de juin à septembre), qui assure la quasi-totalité des revenus du groupe, soit moins tirée par les volumes que par les prix facturés aux annonceurs.

« Mais cela n'a aucune importance, si nos services sont utilisés de façon à éloigner les gens les uns des autres » et si sa plate-forme est devenue un forum de fausses informations, a confessé, mercredi, un Zuckerberg contrit. Au même moment, son directeur juridique passait un sale quart d'heure devant les comités du Congrès qui enquêtent sur les manipulations politiques par des officines russes à travers Facebook (mais aussi Twitter et Google) durant la présidentielle américaine. « Ce qu'ils ont fait est mal et nous n'allons pas en rester là », a-t-il prévenu.

De là à accepter le durcissement de la réglementation défendu par des membres du Congrès démocrates et républicains dans le cadre du Honest Ads Cct pour plus de transparence des publicités politiques... Zuckerberg a affirmé que « protéger notre communauté est plus important que maximiser nos profits », déjà colossaux. Quitte à dépenser massivement dans la sécurité, ce qui risque d'« affecter de façon importante notre rentabilité à venir ». Car Facebook doit aussi investir dans les serveurs, les centres de données, la vidéo réclamée par les annonceurs publicitaires ou la réalité virtuelle.

Facebook a promis que la chasse aux « fake news » et autres contenus douteux mobiliserait 20 000 personnes fin 2018 – le double de l'effectif actuel. Sur le seul troisième trimestre, les dépenses ont déjà progressé de 34 % pour atteindre 5,2 milliards, notamment en raison d'un nombre record d'embauches (2 500 personnes) et du développement de l'intelligence artificielle au service de ce combat. Rien n'est trop cher pour débarrasser Facebook de ces trolls venus du froid, tout en conservant la plus grande liberté d'action. ■

JEAN-MICHEL BEZAT

Molti soldi e... molte preoccupazioni



# Upside to power of technology giants

**The power of these companies is growing closer to that of governments than of mere corporations.**

**Farhad Manjoo**

## STATE OF THE ART

The tech giants are too big. But what if that's not so bad?

For a year and a half — and more urgently for much of the last month — I have warned of the growing economic, social and political power held by the five largest American tech companies: Apple, Amazon, Google, Facebook and Microsoft.

Because these companies control the world's most important tech platforms, including smartphones, app stores and the map of our social relationships, their power is growing closer to that of governments than of mere corporations. That was on stark display this week, when executives from two of the five, Facebook and Google, along with a struggling second-tier company, Twitter, testified before Congress about how their technology may have been used to influence the 2016 election.

Yet ever since I started writing about what I call the Frightful Five, some have said my very premise is off base. I have argued that the companies' size and influence pose a danger. But another argument suggests the opposite — that it's better to be ruled by a handful of responsive companies capable of bowing to political and legal pressure. In other words, wouldn't you rather deal with five horse-size Zucks than 100 duck-size technoforces?

The insatiable appetite of digital technology to alter everything in its path is among the most powerful forces shaping the world today. Given all the ways that tech can go wrong — as we are seeing in the Russia influence scandal — isn't it better that we can blame, and demand fixes from, a handful of American executives when things do go haywire?

That's not ridiculous. Over the past

few weeks, several scholars said there are good reasons to be sanguine about our new tech overlords. Below, I compiled their best arguments about the bright side of the Five.

### THE FIVE CAN BE GOVERNED

Tech is inherently messy. The greatest human inventions tend to change society in ways that are more profound than anyone ever guesses, including the people who created them. This has clearly been true for the technologies we use today, and will be even more true for the stuff we will get tomorrow. The internet, mobile phones, social networks and artificial intelligence will make a mess of the status quo — and it will be our job, as a society, to decide how to mitigate their downsides.

One benefit of having five giant companies in charge of today's tech infrastructure is that they provide a convenient focus for addressing those problems.

Consider Russian propaganda. People have worried about the internet's capacity to foster echo chambers and conspiracy theories almost since it began; in fact, in several cases over the last two decades — including 9/11, the Swift Boat Veterans for Truth and birtherism — the internet did play a key role in the propagation of misinformation. But because those rumors and half-truths spread in a digital media landscape that was not owned and operated by giant companies — one in which information was passed along through a Wild West of email, discussion boards and blogs — it was never conceivable to limit that era's equivalent of fake news.

Today, it suddenly is. Because Facebook, Google and Twitter play such a central role in modern communication, they can be hauled before Congress and either regulated or shamed into addressing the problems unleashed by the technology they control.

This does not mean they will succeed in fixing every problem their tech creates — and in some cases their fixes may well raise other problems, like questions about their power over freedom of expression. But at least they can try to address the wide variety of externalities posed by tech, which might be impossible for an internet more fragmented by smaller firms.

"This is new stuff everybody is dealing with — it's not easy," said Rob Atkinson, president of the Information Technology and Innovation Founda-

tion, a think tank, and co-author of "Big Is Beautiful," a coming book that extols the social and economic virtues of big companies. (The foundation is funded, in part, by donations from tech companies.) "So when you discover a problem, scale makes that easier. You've got one or two big firms, and they have a lot of public pressure to be a responsible actor."

### THE FIVE HATE ONE ANOTHER'S GUTS

Over the past few weeks, many people at large tech companies have repeatedly responded to my questions about the dangers posed by big tech with a funny argument: Yes, they would say, the other tech giants really are worrisome — so why was I including their company in that group?

It was an odd line. As an outsider to these companies, I tend to worry about the collective power of the Five, especially the way they have managed to control the fortunes of innovative start-ups. But none of the Five see themselves as part of a group — each of them worries about the threat posed by start-ups and by the other four giants, which means that none feels it has the luxury to slow down in creating the best new stuff.

This dynamic — where each company competes mightily against the others — suggests some reason for optimism, said Michael Lind, who wrote "Big Is Beautiful" with Mr. Atkinson. "As long as their innovation rents are recycled into research and development that leads to new products, then what's to complain about?"

You can see this in their product road maps. None of the Five has slowed down investing intended to further expand its area of control — for instance, Google keeps investing in search, Facebook is still spending heavily to create new social-networking features, and Ama-



Il lato positivo del potere dei giganti della tecnologia

zon remains relentless in creating new ways to let people shop.

At the same time, they are all locked in intense battles for new markets and technologies. And not only do they keep creating new tech, but they are coming at it in diverse ways — with different business models, different philosophies and different sets of ethics.

“So, why pre-emptively say that maybe we’ll be harmed in the future — that in 2030 they’ll jack up their prices or something?” Mr. Lind asked. “Well, deal with that as it comes.”

The Five achieved their dominance because they operate in areas that provide huge returns to scale. It was perhaps inevitable that we would see a handful of companies take control of much of the modern tech business.

It wasn’t inevitable that these companies would be based in and controlled from the United States. And it’s not obvious that will remain the case — the top tech companies of tomorrow might easily be Chinese, or Indian or Russian or European. But for now, that means companies feel constrained by American laws and values.

Yes, this is jingoistic: The idea that a handful of American tech giants control much of society has helped push regulators internationally to try to limit their power. Americans would almost certainly do the same if foreign companies attempted to take over their economy.

I don’t mean this list to get the Five off the hook. Dealing with their efforts to capture more power over the economy and our society is perhaps the next great question facing America. But this is a complex problem precisely because there are both advantages and disadvantages to their size.

As I said, tech is messy.

# Las noticias falsas devuelven al público a la prensa tradicional

*Disminuye la confianza en la información de las redes sociales*

**BARCELONA** Redacción

La reputación de los medios de comunicación tradicionales permanece prácticamente intacta, mientras que la confianza en las redes sociales y las plataformas de noticias exclusivamente digitales ha disminuido debido al fenómeno de las noticias falsas (*fake news* en inglés) y la posverdad durante los últimos períodos electorales en distintos países, según el estudio global *Trust in news* de Kantar publicado ayer. Para su realización se ha entrevistado a más de 8.000 personas en Brasil, Francia, Reino Unido y Estados Unidos sobre sus opiniones acerca de la cobertura política por parte de los medios de comunicación.

Los principales resultados del estudio destacan que la campaña para etiquetar como noticias falsas lo que aparece en los medios de comunicación tradicionales "ha fracasado estrepitosamente". La reputación de los medios de comunicación tradicionales permanece intacta debido principalmente a la profundidad con la que cubren las noticias, mientras que la confianza en las redes sociales como fuente de información ha disminuido considerablemente.

El estudio también revela que el público se ha vuelto más informado y sofisticado a la hora de recibir y evaluar las noticias que lee y que continúa creyendo que el periodismo es fundamental para el correcto funcionamiento de la democracia, aunque, en general, se ha vuelto más escéptico. De hecho, una gran parte de la población cree que las noticias falsas han tenido un gran impacto en los resultados de las últimas elecciones, sobre todo en Brasil

(69%) y en Estados Unidos (47%).

El deterioro de la confianza hacia los medios de comunicación, debido al fenómeno de la posverdad y las noticias falsas, se asocia principalmente a los medios exclusivamente digitales y a las redes sociales. Las publicaciones impresas y la televisión son reconocidas como fuentes de información más fiables, mientras que las redes sociales y las aplicaciones de mensajería instantánea son las que menos confianza suscitan. Los medios exclusivamente digitales también infunden una menor confianza que la prensa, la radio o la televisión.

Como resultado de este fenómeno, las noticias sobre política y campañas electorales publicadas en redes sociales (entre las que Facebook es la red social más utilizada, con un 84% del uso total) y las aplicaciones de mensajería (entre las que WhatsApp y Twitter son las más utilizadas) son menos fiables para casi seis de cada diez entrevistados que leían noticias (58% y 57%, respectivamente). De hecho, tres cuartas partes considera que su confianza en las publicaciones impresas se ha mantenido "igual" o que es "aún mayor" que antes del fenómeno de las noticias falsas, una tasa de confianza que casi dobla la de las redes sociales y aplicaciones de mensajería, que ronda el 40%.

Los canales de noticias 24 horas también mantienen una fuerte posición como fuentes fiables, ya que el 78% de los encuestados los consideran "igual" o "más fiables" que antes de la aparición del fenómeno de las noticias falsas.●



## Science for Peace

# Post-verità Il buio della ragione

**Complottismo e false notizie diffuse sul web sono la nuova, concreta minaccia alla cultura e alla democrazia. Sene parla il 17 a Milano al convegno della Fondazione Umberto Veronesi**

**Le echo chambers che si creano online sono casse di risonanza in cui le informazioni, anche quelle non corrette, sono via via confermate e amplificate**

LAURA MONTANARI

**“**I l miglior correttivo alla post-verità è la verità, cioè la cultura” ha scritto, qualche tempo fa, il filosofo Maurizio Ferraris. Studio e competenza come antidoto ai trucchi e alle bugie che viaggiano più veloci di sempre sulle strade telematiche. È di questi temi che si occupa Science for Peace 2017, nona edizione della Conferenza internazionale che la Fondazione Umberto Veronesi organizza alla Bocconi di Milano per il 17 novembre.

È un appuntamento particolare questo che si svolge a un anno dalla scomparsa del celebre oncologo perché segna un transito, quasi un passaggio generazionale. Non a caso è stato scelto un tema molto caro allo stesso Umberto Veronesi, quello che riguarda il ruolo del sapere scientifico nel mondo di oggi. Di “Post-verità. Scienza, democrazia e informazione nella società digitale” discuteranno esperti di differenti settori, come per esempio il professor Carlo Alberto Redi, docente di zoologia e biologia dello sviluppo all’università di Pavia. Le post-verità (dall’inglese post-truth) sono quelle notizie che girano in rete e che vengono接待ite come “vere dal pubblico sulla base di emozioni e sensazioni senza alcuna analisi effettiva sulla veridicità” (secondo la definizione che si legge su Wikipedia). «Dobbiamo ripartire dal dato scientifico, soltanto quello può metterci davanti a ciò che è vero», spiega Redi. Il problema nasce dalla diffusione dei nuovi media: se da

una lato apre orizzonti positivi per la condivisione del sapere e per la sperimentazione di nuove pratiche di democrazia deliberativa, dall’altra ci espone al rischio che i social network creino *echo chambers*, casse di risonanza online in cui le medesime informazioni, anche quelle non corrette, sono via via confermate e amplificate in circolo.

Già nel 2013 il World Economic Forum metteva in guardia contro la minaccia globale della disinformazione digitale su larga scala, sottolineando come essa possa essere intenzionalmente creata da attori statali e non-statuali per promuovere specifici interessi politici o economici. «Il rimedio è muoversi nello spirito di quello che ci ha insegnato Umberto Veronesi», riprende Redi, «cioè riconoscere prima di tutto l’evidenza scientifica, poi confrontarsi sulle opinioni».

Eppure, dalle staminali come panacea di tutti i mali ai vaccini pericolosi, alle teorie complottiste che rimodellano il passato sostenendo che l'uomo non è mai stato sulla Luna o che gli extraterrestri sono fra noi, in rete si legge di tutto: «Servirebbe alle notizie un bollino di certificazione», prosegue il professor Carlo Alberto Redi, che è anche vicepresidente del comitato etico della Fondazione Veronesi, «c'è necessità di educare alle competenze. Quando andavo a scuola, nella mia classe c'era per esempio un ragazzo con la poliomelite, oggi grazie ai vaccini quella malattia è scomparsa. Scrivere e diffondere in rete che i vaccini provocano l'autismo e indurre le persone a non vaccinarsi è un danno per tutti. Vaccinarsi è un dovere,

re, un gesto di rispetto verso la salute degli altri».

Tra i punti che verranno discussi in Science for Peace anche la questione del diritto alla salute: «Assistiamo a disparità nell'accesso alla salute, il modello universale precipita davanti ai numeri della sostenibilità della spesa finanziaria», conclude il biologo dell'università di Pavia, «mentre dobbiamo invertire la tendenza e riaffermare politiche sanitarie inclusive, per tutti. Proprio su questo la Fondazione ha prodotto un documento che si trova in rete utile da consultare per chi ha responsabilità di politica sanitaria».

Le ricadute delle *fake news* hanno orizzonti ampi che investono anche la politica con effetti diretti sul diffondersi di populismi. Si può forgiare una pseudo verità e guardarla viaggiare sui social network: «Vale la pena riflettere su come i nuovi media abbiano modificato il rapporto fra la politica e i cittadini e quindi come possa cambiare la rappresentanza democratica», spiega Alberto Martinelli, docente alla Statale di Milano e presidente dell’International Social Science Council.



«Dobbiamo interrogarci anche su quale sia in questo scenario la responsabilità degli scienziati, dei giornalisti, degli insegnanti. Tutte queste senza avere atteggiamenti luddisti nei confronti del digitale, anzi riconoscendone l'importanza». Nella rete tutti possono diventare produttori di news e tutti possono diventare echo chambers, veicolare messaggi. Gli effetti di queste dinamiche possono essere di ampia portata e in un'epoca in cui i cittadini sono chiamati a decidere, o almeno a farsi un'opinione, su tematiche complesse e che spesso necessitano di competenze scientifiche. Un ambiente saturo di informazioni non controllate può diventare un pericolo per la democrazia,

aprendo le porte a quella che è stata definita politica della post-verità. L'antidoto, secondo Martinelli è «rivalutare il lavoro del ricercatore che deve argomentare le proprie tesi, del giornalista per verificare le fonti e inserire le news in un contesto, degli insegnanti che devono sviluppare negli allievi il senso critico». Soltanto così potremo fermarci, non cliccare il tasto "inoltra" per spargere menzogne, sulla fantomatica sorella in pensione a 35 anni della presidente della Camera Boldrini, sull'immigrazione africana come unica causa del diffondersi della meningite, sulla morte di Britney Spears o sul microchip sottocutaneo obbligatorio per il controllo della mente dal 2018.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

# Intercettazioni e fake news. Storia breve di due totalitarismi

## I pilastri del nuovo processo mediatico

**Sì: il meccanismo alla base della divulgazione senza freni delle fake news è lo stesso di quello alla base della divulgazione senza freni delle intercettazioni.**

**Storia di due totalitarismi e dei complici volontari dei nuovi abusi**

Che cosa succede quando una falsa verità diventa una verità assoluta solo per il semplice fatto di essere stata affermata? Che cosa succede quando chi veicola le informazioni accetta di diventare una buca delle lettere solo per trarre un qualche giovanotto dalla diffusione di contenuti che non andrebbero diffusi? E che cosa succede quando una democrazia viene minacciata da una forma di totalitarismo che a colpi di sputtanamenti gratuiti, di processi mediatici e di processi non mediati finisce per mettere in discussione i principi del nostro stato di diritto? Per ragioni che vale la pena mettere insieme, la scelta potente dell'Economist di dedicare la sua ultima copertina ai motivi per cui i social network sono diventati una "minaccia per la democrazia" non poteva arrivare, almeno per l'Italia, in un momento migliore rispetto a quello che viviamo oggi, in cui al centro del dibattito pubblico è tornato uno dei grandi temi della nostra democrazia: l'uso e l'abuso delle intercettazioni telefoniche e la legittimità di nascondere dietro al dovere di cronaca il diritto allo sputtanamento. Un osservatore distratto potrebbe essere colto di sorpresa dalla sovrapposizione tra i due temi. Ma se ci pensasse un istante capirebbe che il nostro paese oggi si trova in una posizione privilegiata (siamo praticamente dei precursori) dovendo ragionare attorno a un tema sul quale si stanno interrogando le più importanti democrazie del mondo: cosa fare per combattere il mito farlocco dell'infalibilità universale della rete, che ha alimentato una spirale di odio attraverso nuove forme di processo mediatico e che ha permesso in questi anni di trasformare quella che un tempo era una semplice bugia in una post verità. Sul mito dell'infalibilità della rete qualche anno fa Jaron Lanier, pioniere di internet, inventore della realtà virtuale e filosofo della cultura della Silicon Valley, aveva già messo in guardia tutti in un libro famoso ("You Are Not a Gadget: a Manifesto") al centro del quale vi era la descrizione accurata di una nuova e latente forma di maoismo digitale nascosta sulla rete. Un totalitarismo cibernetico che, come ha ricordato Christian Rocca su IL in un numero provocatorio dedicato alle ragioni per cui internet dovrebbe essere chiuso, "alimenta la meschinità della folla, esalta il peggio della società, nega al popolo la specificità della per-

sona, riduce l'enfasi sull'individuo e cerca di renderlo obsoleto rispetto agli avanzatissimi computer". Lanier, all'epoca, formulò la sua critica partendo dalla storia di Wikipedia, spiegando che "Wikipedia è un'aberrazione fondata sulla leggenda che il sapere collettivo sia inevitabilmente superiore alla conoscenza del singolo esperto e che la quantità di informazioni, superata una certa soglia, sia destinata a trasformarsi automaticamente in qualità". Se ci si riflette un istante, tornando ai nostri

giorni, il meccanismo che si trova alla base della divulgazione senza freni delle fake news non è diverso rispetto a quello che si trova alla base della divulgazione senza freni delle intercettazioni irrinlevanti. Da una parte, la trasformazione di internet in una sorta di religione, nel simbolo di una nuova e dinamica democrazia che combatte una vecchia e morente democrazia, ha reso sostanzialmente impossibile ogni forma di regolamentazione della rete e l'idea che ogni regola imposta al web sia al fondo un potenziale bavaglio per la nostra democrazia è una delle ragioni che hanno legittimato i veri utilizzatori finali delle fake news (i padroni della rete) a considerarsi per anni come una buca delle lettere, come dei soggetti non responsabili dei contenuti veicolati.

Dall'altra parte, la trasformazione delle carte giudiziarie in una sorta di testo sacro, simbolo di una nuova e dinamica democrazia che combatte una vecchia e morente democrazia, ha reso impossibile ogni forma vera di regolamentazione delle intercettazioni e l'idea che ogni regola applicata alle intercettazioni sia al fondo un potenziale bavaglio per la nostra democrazia è una delle ragioni che hanno legittimato i veri utilizzatori finali delle intercettazioni (i giornalisti) ad auto considerarsi come delle buche delle lettere, come dei soggetti non responsabili dei contenuti veicolati (e non è una coincidenza, come testimonia Grillo, che il principio della rete che non si tocca è diventato uno dei mantra degli stessi populisti che ogni giorno si abbeverano dal fango della giustizia sommaria: "I nuovi inquisitori vogliono un tribunale per controllare internet e condannare chi li sputtana. Sono colpevole, venite a prendermi"). Gli effetti di queste due religioni parallele – il mito delle intercettazioni e il mito della rete – hanno portato a conseguenze devastanti e simmetriche sulla nostra vita pubblica. Considerare la rete libera il bene assoluto significa considerare i critici della rete libera come



il male assoluto. Considerare le intercettazioni libere come il bene assoluto significa considerare i nemici delle intercettazioni libere come il male assoluto. E inevitabilmente ciò che diventa virale sulla rete – e ciò che viene diffuso con le intercettazioni – diventa automaticamente vero. Non si scappa. Non c'è difesa. Non c'è regola. Non c'è garanzia. E i risultati si vedono. Se la rete ti accusa, la rete ha ragione. Se un'intercettazione ti accusa, l'intercettazione ha ragione. I processi non servono più. I filtri non servono più. Le mediazioni non servono più. La rete è la verità. L'intercettazione è la verità. Un hashtag, o una sbobinatura, per la tua reputazione conta più di un grado di giudizio. E non ci vuole molto a capire che una rete non regolata quanto un'intercettazione non regolata tende ad alimentare un circo che in Italia conosciamo bene: la gogna senza garanzie del processo mediatico. “Un'ondata di denunce attraversa il web – ha notato qualche giorno sul Figaro la scrittrice Claude Habib, autrice di Galanterie française, commentando il caso Weinstein – e questa è la negazione della giustizia come gli uomini l'hanno sempre riconosciuta, quella che siede nei tribunali, che esamina con attenzione, caso per caso. Non può esserci giustizia se ognuno diventa un procuratore”. Una rete senza regole provoca gli stessi effetti di un'intercettazione senza regole e chi spaccia per difesa della democrazia la difesa di un sistema non regolato (vale per la rete e vale per le intercettazioni) non sta difendendo la democrazia ma sta difendendo un sistema nel quale la moltiplicazione del fango è destinata a creare il terreno fertile per la nascita di nuovi totalitarismi. “I social media – ha scritto l'Economist – sono diventati strumento di abuso. Ma, con determinazione, la società può metterli sotto controllo e recuperare il sogno iniziale di illuminismo. La posta in gioco per la democrazia liberale non potrebbe essere più alta”. Contro i nuovi totalitarismi forse conviene davvero partire da qui.



# Se aiutano i populisti i social diventano una grande minaccia per la democrazia

Dall'«Economist» ai luminari di Harvard e Oxford, ora tutti scoprono il lato oscuro del Web. E pensano alla censura

**I PROGRESSISTI SCOPRONO IL LATO OSCURO DEI SOCIAL**

## Il Web non obbedisce: bavaglio «democratico»

*La lotta alle fake news è un modo per silenziarie le opinioni sgradite*      *Fino a ieri Internet era dipinto come l'oasi della libertà per tutti gli uomini*

di FRANCESCO BORGONOVO

■ E un bel giorno, all'improvviso, i social media diventano cattivi. Un tempo portatori dell'ardente fiaccola della civiltà, si tramutarono in una «minaccia per la democrazia». Ricordate, nel 2009, le pagine infarcite di ammirazione per il modo in cui Facebook e i suoi fratellastri consentirono alle proteste in Iran di divampare? E che dire delle primaveri arabe? Non erano forse figlie di Twitter e della libera

circolazione delle informazioni sulla Grande Rete? Furono i social network, disse qualcuno, ad abbattere il regime egiziano di Mubarak nel 2011. Gli stessi social che sostinnero le ribellioni in Ucraina contro Viktor Yanukovich.

In quegli anni, Internet era presentato come il regno della trasparenza, il luogo in cui tutte le magagne vengono finalmente svelate, il flagello che gli autocrati e i dittatori devono temere. Il Web era, in buona sostanza, la culla della libertà, nonché il maglio che avrebbe finalmente demolito quei farlocchi della carta stampata.

Eppure oggi siamo qui a osservare i grandi luminari dei

pensiero mondiale che s'interrogano sulla sorte della «democrazia nell'epoca dei social media». All'argomento è dedicata la copertina dell'«Economist», che si fa notare nelle edicole per il titolone allarmante e allarmistico: «La minaccia dei social media alla democrazia». Nella discussione sono entrati, a vario titolo, professoroni come Cass R. Sunstein, un'autorità ad Harvard nel campo del diritto, già collaboratore dell'amministrazione Obama. E poi Timothy Garton Ash, storico di Oxford e Stanford, Rachel Botsman, anche lei oxfordiana, e mille altri a scendere fino ai politici stranieri come Laura Boldrini.

«Non molto tempo fa, i social media hanno rappresentato la promessa di una politica più illuminata», scrive l'«Economist», «dato che informazioni accurate e comunicazioni agevoli aiutavano le brave persone a combattere la corruzione». Ora, però, qualcosa è cambiato, sostiene il settimanale inglese. «Dal Sud Africa alla Spagna, la politica sta diventando più brutta. E parte del motivo è che, diffondendo falsità e indignazione, corrodendo il giudizio degli elettori e aggravando la partigianeria» i social media erodono le condizioni della liber-



tà in democrazia. Non solo. Nota indignato l'*Economist* che i social network riescono a conoscerci molto più in profondità di quanto immaginiamo. «Raccolgono dati su di voi per creare algoritmi che determinino ciò che attirerà i vostri occhi, in una "economia dell'attenzione" che spinge gli utenti a continuare a sfogliare, cliccare, condividere ancora e ancora e ancora».

Di fronte a tali affermazioni, le domande da porsi sono varie. La prima è: davvero i social network sono una minaccia per la democrazia? La risposta è: sì, possono esserlo. La ragione principale la spiega Cass R. Sunstein nel saggio *#republic* (Il mulino). «Gli esseri umani tendono all'omofilia in un gran numero di ambiti», scrive. «Hanno una forte inclinazione a connettersi e costruire legami con persone che considerano simili a loro. Questa propensione all'omofilia si attenua se gli individui vivono all'interno di architetture sociali che li espongono a un'umanità con prospettive, interessi e convincimenti differenti. In presenza di una "architettura del controllo", invece, come recita il proverbio, "chi si assomiglia si piglia"». Ciò significa che «quando le persone usano Facebook per vedere esattamente quello che vogliono vedere, la loro comprensione del mondo può risentirne gravemente».

In sostanza, i social media danneggiano la democrazia perché forniscono alle persone solo le informazioni che esse gradiscono. Se siete fan di Barack Obama, è facile che sul vostro profilo compaiano segnalazioni e notizie in linea con le vostre preferenze politiche o con quelle dei vostri amici. In questo modo, dice Sunstein, attorno a ogni individuo si crea la famigerata

«camera dell'eco», sulle cui pareti rimbalzano sempre le stesse opinioni e idee. In tal modo si fomenta il fanatismo, si alimentano odio e rabbia. E si cancella la possibilità di scoprire qualcosa di diverso. «Con l'ascesa dell'intelligenza artificiale, gli algoritmi sono destinati a compiere enormi progressi. Impareranno moltissime cose su di voi, e sapranno cosa volete o cosa vi piace prima e meglio di voi».

## CONCETTI GIÀ SENTITI

Questi concetti li aveva già espressi alcuni anni fa Eli Pariser in un libro intitolato *Il filtro*, in cui spiegava che i colossi del Web spingono gli utenti a vivere in una «bolla dei filtri». Ovvero «un'isola di sole notizie gradevoli, attinenti ai nostri interessi e conformi alle nostre convinzioni, che lascia sempre meno spazio a punti di vista diversi e a incontri inaspettati, limita la scoperta di fonti di creatività e innovazione, e restringe il libero scambio delle idee. Un'invisibile e inquietante rivoluzione che distorce il nostro modo di apprendere, conoscere e informarci, fino a stravolgere la formazione dell'opinione pubblica e il funzionamento della democrazia».

E qui arriviamo alla seconda domanda fondamentale. Se i rischi per la democrazia erano già noti, perché se ne parla oggi con tanto sussiego? Perché solo ora la celebre attivista Naomi Klein scrive che non sarà «Mark Zuckerberg a salvaci?». La risposta è fin troppo ovvia, e l'*Economist* la sintetizza bene. Spiega che le elezioni americane sono state viziata dalla propaganda russa sparsa su Youtube, Facebook e Twitter. Aggiunge che in Germania «il partito di estrema destra AfD ha ottenuto il 12,6% dei seggi parlamentari in parte a causa delle paure

e delle falsità diffuse sui social media, come l'idea che i rifugiati siriani godessero di maggiori benefici rispetto ai nativi tedeschi». Chiaro, no? Internet è diventato cattivo perché favorisce Donald Trump, i populisti e l'estrema destra.

Cosa tutta da dimostrare, peraltro. Pensate davvero che i movimenti identitari ottengano consensi per via delle fake news, di qualche bufala sulla Rete? Eppure è proprio quello che vogliono farvi credere. La campagna di Laura Boldrini contro le fake news e le «pagine fasciste» parte da queste premesse per giustificare la censura. L'*Economist* invoca l'intervento dei vertici dei social network contro la cattiva informazione e suggerisce che vengano applicati standard più severi alla selezione delle notizie.

## NUOVI CONTROLLI

Il progressista d'acciaio Timothy Garton Ash, nel corposo volume *Libertà di parola. Dieci principi per un mondo connesso* (Garzanti) precisa che «la libertà di parola non ha mai voluto dire poter parlare senza limiti, ovvero che ognuno sia libero di declamare qualunque cosa glielo passi per la testa, in una sorta di logorrea globale». Verissimo, ma, di nuovo, perché accorgesi adesso? Ash spiega che bisogna «discutere dei limiti da porre alla libertà di espressione e di informazione in ambiti come la privacy, la religione, la sicurezza nazionale e i modi in cui parliamo della diversità umana». Già, solo che la discussione prevalente è sempre la stessa: lotta alle fake news, cioè quelle che vengono «dai populisti».

Sì, i social media minacciano la democrazia. Ma non saranno di sicuro questi volenterosi censori a salvarla.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Perché è ora di sgonfiare i monopolisti dell'online

di Luther Lowe\*

**A**lcune delle più amate società americane del settore internet hanno seguito le orme delle grandi corporation del tabacco e di Wall Street in un temuto rito di passaggio, l'audizione in una commissione di inchiesta del Campidoglio. I migliori avvocati di Google, Facebook e Twitter cercheranno di spiegare all'Intelligence Committee del Senato come la disinformazione si sia diffusa attraverso le loro piattaforme nei mesi che precedettero l'elezione del 2016. È inoltre probabile che sosterranno che la migliore risposta alla negligenza delle loro piattaforme

non sia una regolamentazione governativa. Se Google e Facebook sono fortunati, il risultato sarà l'applicazione nei loro confronti della legge bipartisan denominata Honest Ads Act, che richiede agli acquirenti di pubblicità politica online solo di rivelare la loro identità. Si tratta di un passo necessario per aumentare la trasparenza, ma non sufficiente per proteggere l'elettorato dalla manipolazione. Concentrandosi solo sulla questione della pubblicità online, i legislatori distolgono la loro attenzione dal vero problema: in assenza di una rigorosa applicazione delle norme antitrust, il settore internet diretto ai consumatori si è concentrato troppo in poche imprese dominanti, creando obiettivi facili per attori con cattive intenzioni.

C'è un motivo per cui il Congresso non ha dovuto indagare su ingerenze straniere dopo le elezioni del 2008 o del 2012. A quell'epoca, Internet era ancora una rete diversificata e decentralizzata. Chiunque poteva crea-

re un sito web o un blog per soddisfare la domanda di contenuti popolari o di nicchia. Questa vecchia forma di costruzione di comunità online è stata in gran parte soppiantata dagli strumenti forniti dagli attori dominanti. Facebook Groups permette alle persone di creare comunità senza bisogno di molte abilità tecniche. Tuttavia, richiede un account Facebook, il che significa che i partecipanti non hanno altra scelta che condividere identità e dati.

Google era il motore che aveva spinto il web in mare aperto. In un'intervista del 2004, il co-fondatore Larry Page denunciava la presenza di potenti intermediari su Internet, affermando che «noi vogliamo che voi venia-

te da Google e troviate rapidamente quello che cercate. A quel punto, saremo felici di dirigervi su altri siti. Questo è il punto. La strategia del portale cerca di possedere tutte le informazioni». Con il passare del tempo, la filosofia di Google si è spostata nella direzione opposta, rendendo Internet meno aperta e pluralistica di qualche anno fa. Ora le persone sono spinte a rimanere su Google. L'azienda si è impegnata a presentare una sola risposta a ogni richiesta, anche se si tratta di opinioni soggettive basate su contenuti poco diffusi di proprietà di Google, come «qual è il miglior pediatra di New York», con il risultato di un calo del traffico verso le altre distese del web.

Il giardino recintato di Facebook è ancora più severo e richiede che tutti i contenuti di terze parti a cui si accede dalla sua app passino attraverso la sua intelaiatura.

Così come l'attività web è disegnata all'interno dei confini di questi due giganti tech, altrettanto sono i redditi che ne conseguono. Di ogni nuovo dollaro speso in pubblicità online in Usa l'anno scorso, Google e Facebook hanno catturato 99 centesimi. Tuttavia, nessuna delle due società ha mai affrontato un serio esame antitrust. Un'opportunità fugace è venuta nel 2011, quando la Federal Trade Commission aveva avviato un'indagine sulla condotta di Google e chiuse tuttavia il caso nel 2013 senza intraprendere azioni significative. I regolatori decisero così dopo essere stati convinti che il mercato era adeguatamente competitivo, ma le assunzioni alla base della loro conclusione non sono inveticiate bene. Quando l'indagine fu avviata nel 2011, gli smartphone erano nati da poco e la quota di Google sul mercato delle ricerche su Internet era del 66%. Oggi, la maggior parte del traffico di ricerca è migrato verso gli smartphone, dove Google detiene il 97% della quota di mercato.

I conti sono cambiati anche per le startup di internet che speravano di reinventare il web. Il loro capitale iniziale si è prosciugato, provocandone la scomparsa di oltre il 40% dal 2015, in quanto gli investitori sono diventati pessimisti sul fatto che possa nascere un nuovo Google o Facebook.

Internet si è trasformato in un paio di giardini recintati, offrendo economie di scala per chi abbia cattive intenzioni. I dollari di retrocessione girati dai prodotti Google come YouTube e AdSense forniscono incentivi economici alle fabbriche di fake news che diffondono notizie fuorvianti o assolutamente false. Russia Today, il network televisivo ufficiale in lingua inglese di Mosca, è un premium partner su YouTube, che dà diritto a maggiori quote di entrate derivanti dagli annunci pubblicitari venduti da Google. Una rapida stima, moltiplicando i tassi standard di ripartizione delle entrate alle visualizza-



zioni di Russia Today, suggerisce che Google trasferisce ai russi pagamenti annuali a sette cifre. Facebook ha già identificato almeno 100 mila dollari spesi dai russi sulla sua piattaforma per influenzare gli elettori. Gli annunci a pagamento hanno la capacità di amplificare la viralità dei contenuti falsi. Questo suggerisce un modello di business ottimizzato per i produttori di fake news: monetizzare su Google e spendere il ricavato per fare propaganda su Facebook.

I politici possono risolvere questo problema costringendo le grandi imprese dell'informazione ad abbracciare l'interoperabilità. Invece di provare a possedere tutto, Google potrebbe potenziare le sue ricerche locali con servizi come TripAdvisor, ZocDoc e Yelp. Ciò indebolirebbe la posizione di monopolio pubblicitario di Google e aiuterebbe i piccoli operatori a competere. Facebook potrebbe consentire agli utenti di esportare il loro profilo social completo, il che permetterebbe loro di negoziare condizioni migliori da nuove startup social. Tali sforzi servirebbero a diffondere nuovamente l'informazione attraverso il web, garantendo che i futuri tentativi di incriminazione non possano godere di economie di scala.

Le autorità antitrust dovrebbero lottare affinché vengano scorporate le nuove linee di business che sfruttano la piattaforma esistente. Se le autorità di regolamentazione scoprissero che Facebook sta usando i propri dati sociali per precludere le applicazioni di messaggistica concorrenti, dovrebbero considerare la possibilità di separare strutturalmente le funzioni social da quelle di messaggistica dell'azienda. Invece di indirizzare gli utenti verso i propri prodotti interni, Google dovrebbe affidarsi ai suoi algoritmi basati sul merito per rafforzare servizi come la ricerca locale. Richiedere trasparenza per la pubblicità politica online è un buon passo, ma non è sufficiente. Fino a quando i problemi strutturali nei mercati tecnologici non saranno affrontati, gli elettori americani continueranno a consumare informazioni da un paio di barili, Google e Facebook, in cui è molto più facile sparare.

*\*vice presidente di Yelp  
per le politiche istituzionali*

# Do social media threaten democracy?

Facebook, Google and Twitter were supposed to improve politics. Something has gone very wrong



IN 1962 a British political scientist, Bernard Crick, published "In Defence of Politics". He argued that the art of political horse-trading, far from being shabby, lets people of different beliefs live together in a peaceful, thriving society. In a liberal

democracy, nobody gets exactly what he wants, but everyone broadly has the freedom to lead the life he chooses. However, without decent information, civility and conciliation, societies resolve their differences by resorting to coercion.

How Crick would have been dismayed by the falsehood and partisanship on display in this week's Senate committee hearings in Washington. Not long ago social media held out the promise of a more enlightened politics, as accurate information and effortless communication helped good people drive out corruption, bigotry and lies. Yet Facebook acknowledged that before and after last year's American election, between January 2015 and August this year, 146m users may have seen Russian misinformation on its platform. Google's YouTube admitted to 1,108 Russian-linked videos and Twitter to 36,746 accounts. Far from bringing enlightenment, social media have been spreading poison.

Russia's trouble-making is only the start. From South Africa to Spain, politics is getting uglier. Part of the reason is that, by spreading untruth and outrage, corroding voters' judgment and aggravating partisanship, social media erode the conditions for the horse-trading that Crick thought fosters liberty.

## A shorter attention span...oh, look at that!

The use of social media does not cause division so much as amplify it. The financial crisis of 2007-08 stoked popular anger at a wealthy elite that had left everyone else behind. The culture wars have split voters by identity rather than class. Nor are social media alone in their power to polarise—just look at cable TV and talk radio. But, whereas Fox News is familiar, social-media platforms are new and still poorly understood. And, because of how they work, they wield extraordinary influence.

They make their money by putting photos, personal posts, news stories and ads in front of you. Because they can measure how you react, they know just how to get under your skin (see page 21). They collect data about you in order to have algorithms to determine what will catch your eye, in an "attention economy" that keeps users scrolling, clicking and sharing—again and again and again. Anyone setting out to shape opinion can produce dozens of ads, analyse them and see which is hardest to resist. The result is compelling: one study found that users in rich countries touch their phones 2,600 times a day.

It would be wonderful if such a system helped wisdom and truth rise to the surface. But, whatever Keats said, truth is not beauty so much as it is hard work—especially when you disagree with it. Everyone who has scrolled through Facebook knows how, instead of imparting wisdom, the system dishes out compulsive stuff that tends to reinforce people's biases.

This aggravates the politics of contempt that took hold, in

the United States at least, in the 1990s. Because different sides see different facts, they share no empirical basis for reaching a compromise. Because each side hears time and again that the other lot are good for nothing but lying, bad faith and slander, the system has even less room for empathy. Because people are sucked into a maelstrom of pettiness, scandal and outrage, they lose sight of what matters for the society they share.

This tends to discredit the compromises and subtleties of liberal democracy, and to boost the politicians who feed off conspiracy and nativism. Consider the probes into Russia's election hack by Congress and the special prosecutor, Robert Mueller, who has just issued his first indictments. After Russia attacked America, Americans ended up attacking each other (see next leader). Because the framers of the constitution wanted to hold back tyrants and mobs, social media aggravate Washington gridlock. In Hungary and Poland, without such constraints, they help sustain an illiberal, winner-takes-all style of democracy. In Myanmar, where Facebook is the main source of news for many, it has deepened the hatred of the Rohingya, victims of ethnic cleansing.

## Social media, social responsibility

What is to be done? People will adapt, as they always do. A survey this week found that only 37% of Americans trust what they get from social media, half the share that trust printed newspapers and magazines. Yet in the time it takes to adapt, bad governments with bad politics could do a lot of harm.

Society has created devices, such as libel, and ownership laws, to rein in old media. Some are calling for social-media companies, like publishers, to be similarly accountable for what appears on their platforms; to be more transparent; and to be treated as monopolies that need breaking up. All these ideas have merit, but they come with trade-offs. When Facebook farms out items to independent outfits for fact-checking, the evidence that it moderates behaviour is mixed. Moreover, politics is not like other kinds of speech; it is dangerous to ask a handful of big firms to deem what is healthy for society. Congress wants transparency about who pays for political ads, but a lot of malign influence comes through people carelessly sharing barely credible news posts. Breaking up social-media giants might make sense in antitrust terms, but it would not help with political speech—indeed, by multiplying the number of platforms, it could make the industry harder to manage.

There are other remedies. The social-media companies should adjust their sites to make clearer if a post comes from a friend or a trusted source. They could accompany the sharing of posts with reminders of the harm from misinformation. Bots are often used to amplify political messages. Twitter could disallow the worst—or mark them as such. Most powerfully, they could adapt their algorithms to put clickbait lower down the feed. Because these changes cut against a business-model designed to monopolise attention, they may well have to be imposed by law or by a regulator.

Social media are being abused. But, with a will, society can harness them and revive that early dream of enlightenment. The stakes for liberal democracy could hardly be higher. ■

I social media minacciano la democrazia?

# Facebook et Google dans le piège des fake news

Au printemps dernier, pendant que Mark Zuckerberg, âgé de 33 ans, traversait pour la première fois de sa vie l'intérieur des États-Unis, à la recherche de la réalité de la vie quotidienne de millions d'Américains avec lesquels il a si peu en commun, le FBI et le Congrès découvraient avec stupeur l'ampleur des efforts de la Russie pour manipuler les informations qui circulent sur Facebook. Alors que le patron du tout-puissant réseau social, cinquième homme le plus riche d'Amérique, faisait l'objet de rumeurs d'ambitions politiques, «Zuck» se faisait photographier sur des tracteurs, dans des fermes et des églises.

Des auditions publiques au Congrès ont débuté le 1<sup>er</sup> novembre. Les responsables de Facebook et de Google ont été mis sur le gril pour expliquer comment ils n'ont pu s'apercevoir qu'après coup que des officines russes payaient leurs entreprises pour diffuser des messages publicitaires inventant des informations dans le but de discréditer Hillary Clinton et polariser un peu plus l'électorat.

À l'occasion des investigations du FBI et du Congrès, le grand public est surpris d'apprendre que ces incroyables machines à diffuser les messages publicitaires que sont Fa-

cebook et YouTube fonctionnent largement automatiquement, sans intervention humaine. Pour éviter d'être réglementées dans le but de forcer à plus de transparence, les deux géants, ainsi que Twitter, promettent désormais de moderniser leurs filtres. Facebook va embaucher une dizaine de milliers de personnes pour surveiller visuellement ce qui est douteux. Mais les sénateurs démocrates Amy Klobuchar du Minne-

*l'opinion et face aux parlementaires américains. Ce réseau tire ses revenus de la publicité, qui sont eux-mêmes conditionnés par la vitesse à laquelle les pages circulent entre les utilisateurs. Introduire toute notion de profondeur éditoriale, de qualité, ou encore éliminer les contenus médiocres mais qui se partagent à toute vitesse, aurait pour effet de ralentir cette mécanique», explique Frédéric Filloux, ancien journaliste, aujourd'hui chercheur à l'université de Stanford.*

La ligne de défense de Facebook et de Google est qu'ils ne sont que des plateformes de partage de contenus émanant à la fois des utilisateurs et des médias. En tant qu'hébergeur et non éditeur, ils ne sont juridiquement pas responsables de la véracité de ces contenus. Mais le déferlement de fausses informations pendant la campagne électorale a fait voler en éclats cette ligne de défense.

En février 2017, Facebook et Google ont donc pris des initiatives pour lutter contre la propagation de fake news. Google a créé un service Fact Check en partenariat avec des journaux. Facebook a suivi le même chemin en demandant à des médias partenaires de vérifier pour son compte les informations circulant sur son fil d'actualité. ■

P.-Y.D.

## «Facebook n'a objectivement aucun intérêt à éliminer les fake news»

FRÉDÉRIC FILLOUX

sota et Mark R. Warner de Virginie, en pointe dans les critiques contre Facebook, ont déposé un projet de loi visant à imposer des normes aux messages politiques sur les réseaux.

Les fake news, ces fausses informations largement disséminées sur la Toile par des millions d'internautes, enrichissent tout autant qu'elles embarrascent les géants du net. «Facebook n'a objectivement aucun intérêt à éliminer les fake news, si ce n'est la préservation de son image dans

Facebook e Google nella trappola delle fake news



**La riflessione**

di Luigi Ripamonti

**LE NOTIZIE (FALSE)  
CHE PRODUCONO FATTI**

**L**e fake-news non sono novità. Già all'alba di Roma circolavano "voci" sulla fine di Romolo, che, secondo Cassio Dione, fu fatto a pezzi dai senatori. Una "bufala"? Sarebbe solo una delle prime, perché la Storia ne è costellata, talvolta con conseguenze tragiche, come nel caso dei Protocolli dei Savi di Sion, un falso pubblicato ai primi del Novecento che ebbe un ruolo non secondario nella propaganda antisemita del secolo scorso. E si potrebbe continuare con molti esempi. È quindi ingenuo pensare che la circolazione delle leggende, più o meno metropolitane, sia prerogativa del nostro tempo, un sottoprodotto di Internet. È però vero che la comunicazione globale e istantanea ne è un detonatore formidabile. Uno studio del 2015 sulla diffusione delle teorie del complotto attraverso i social media ha portato a definire il nostro tempo come "L'Era della disinformazione". Il problema tocca tutti i settori, ma gioca un ruolo particolare in quello della salute. Questo ambito dovrebbe essere più immune di altri dalla contaminazione di teorie prive di consistenza, perché retto e governato dal metodo scientifico. E invece non è così e sul perché ciò accada le ipotesi si sprecano. Al netto dei diversi motivi possibili la credibilità di ciò che circola sul web può fare la differenza rispetto al passato. Molti sostenitori della necessità di un superamento dei mezzi di informazione "ufficiali" (compresi i giornali con i loro siti), ritengono sia meglio fidarsi magari di un blogger indipendente piuttosto che della "casta" delle istituzioni e dei media "di regime". Può essere una scelta azzeccata: blogger e social network possono esercitare un prezioso ruolo di "cani da guardia" della libera informazione. Sarebbe sbagliato però fare di tutta l'erba un fascio, perché se è giusto avere un occhio severo verso i media "consolidati" si dovrebbe avere lo stesso atteggiamento verso chi si definisce indipendente solo per statuto autoconferito. Senza filtro critico il rischio è fidarsi di notizie a volte superficiali, a volte deliranti o pericolose. Afferzioni "scientifiche" che circolano pur avendo fondamenti fragilissimi hanno nondimeno la capacità di influenzare in modo profondo la coscienza collettiva, con conseguenze non solo sul piano individuale ma anche sociale e politico. Siamo al punto in cui talvolta non è "un fatto a produrre una notizia" ma "una notizia (falsa), a produrre un fatto". Un esempio è il "falso" sui vaccini che provocherebbero l'autismo, che ha prodotto un "vero" abbandono delle vaccinazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Infrastrutture. Il numero dei progetti bloccati dal dissenso continua a crescere

## Nimby. Fake news, post-verità, democrazia e internet

Procedure autorizzative  
complesse rendono sempre  
incerto l'esito dell'iniziativa

Investire e costruire  
continua ad essere  
terribilmente difficile

### Il ruolo spesso nefasto della giustizia amministrativa, tra ricorsi e controricorsi

Nimby, Nimto, Banana, Nope. No, non è una strana filastrocca per bambini: sono solo alcuni degli acronimi più o meno fantasiosi con i quali vengono descritti quei fenomeni d'opposizione a grandi ma anche piccole opere, sempre più presenti in ogni società avanzata, o regime democratico che si rispetti. Nimby, il più noto: Not In My Back Yard, non nel mio cortile. Nimto: Not in My Term of Office, non nel mio mandato, e cioè quando la nimby syndrome contagia sindaci e presidenti di regione - ma pure ministri - che preferiscono non avere grane nel corso della propria amministrazione. Banana, il più originale forse: Built Absolutely Nothing Anywhere Near Anything. Ossia: costruire assolutamente nulla da nessuna parte vicino a niente. E Nope: Not On Planet Earth, non sul pianeta terra. Addirittura.

Ce n'è per tutti i gusti. Centrali per la produzione di energia, reti viarie e ferroviarie, impianti per lo smaltimento dei rifiuti, pale eoliche e pannelli fotovoltaici. Sì, anche impianti per la produzione d'energia da fonti rinnovabili. Insomma, un grande no a qualsiasi modifica dello status quo. Basta che in qualunque comune d'Italia corra la notizia di un progetto, poniamo il caso di un innocuo biodigestore (un impianto per lo smaltimento dei rifiuti che produce biogas, a emissioni zero), che subito si formano comitati di cittadini, si organizzano assemblee, ritrovi. E la stampa locale, che resiste tenacemente alla crisi globale dell'editoria, versa fiumi d'inchiostro disseminando le opinioni di chicchessia. Non importa se esperti o meno. Con l'avvento dei social network poi, negli ultimi dieci anni, le cose si sono complicate parecchio (in seguito vedremo come). Gli amministratori pubblici annusano l'aria, ascoltano gli umori, e decidono spesso in base alle convenienze elettorali del caso. Se ci sono elezioni in vista - cosa niente affatto rara in Italia - le imprese che propongono progetti preferiscono soprassedere o perlomeno rallentare.

Che si tratti di un progetto da svariate centinaia di milioni di euro, o uno più piccolo da poche decine, la procedura autorizzativa è sempre piuttosto complessa e prevede passaggi differenti a seconda del tipo di impianto o insediamento: VIA, VAS, AIA (altri acronimi), cioè Valutazione Impatto Ambientale, Valutazione Ambientale Strategica, Autorizzazione Integrata Ambientale. Processi tutt'altro che

semplici per dimostrare al decisore pubblico la bontà di un progetto, che deve sottostare a normative tra le più stringenti del mondo occidentale, sottoposto a commissioni tecniche, e così via. Il dialogo con il territorio? Quello in effetti non è normato, al di là della ripresa in chiave nostrana del sempre citato Débat Public francese, cioè quella procedura che regola la partecipazione e la discussione dei cittadini in merito alle scelte sui progetti. Qualche buona pratica, a livello regionale, c'è: per esempio la legge toscana 46/2013. Basta tutto questo? No, nel modo più assoluto no. Oltre 300 volte no. Questo almeno indicano i dati dell'Osservatorio Nimby Forum, con cui da ben dodici anni monitoriamo il fenomeno e stiliamo l'elenco delle opere contestate e la classifica di quelle che lo sono maggiormente.

Fondato sull'esperienza accumulata sul campo, nell'arduo compito di facilitare il consenso su oltre 30 iniziative industriali, in altrettanti casi Nimby, e su un'intuizione originale: incrociare i dati ministeriali con una rassegna monstre di tutta la stampa italiana: oltre 1400 testate quotidiane e periodiche che, come detto, si occupano ogni giorno molto volentieri del tema. I titoli, sempre gli stessi: no a questo, no a quell'altro, giù le mani dalla nostra salute. Seguono spesso classifiche bislacche. Su tutte: la provincia con la percentuale più alta di morti da tumore. Ne abbiamo contate 7 che si contendono il tragico primato.

Mentre 342 è il numero dei progetti che L'Osservatorio Nimby Forum ha contato nella scorsa edizione, e le prime indiscrezioni sul prossimo Rapporto, che sarà pubblicato il 21 novembre, indicano l'aumento di questo numero. Sono opere contestate, bloccate, senz'altro rallentate nell'esecuzione. Dalla piccola centrale a biomasse, fino al grande rigassificatore. È facile comprendere che parliamo di qualche miliardo di euro di investimenti privati che stentano a essere messi in circolo nell'economia del Paese. Non aiuta certo l'intervento della giustizia amministrativa, in barba a qualsiasi appello alla prudenza sul ricorso temerario.

Su 342 impianti, 122 hanno visto il loro iter autorizzativo interrotto a causa di almeno un ricorso al TAR. Gli stop all'iter si registrano, per loro natura, quando l'impianto è ancora in fase progettuale. Da un punto di vista cronologico, dunque, è facile comprendere che la maggiore concentrazione di casi rilevati si riferisca agli impianti contestati negli ultimi anni. In particolare, 77 su 122 di questi casi riguardano impianti rilevati dall'Osservatorio per la prima volta tra



il 2014 e il 2015. Inoltre, abbiamo registrato altri 5 casi di ricorsi al TAR (sui 342) per ragioni del tutto indipendenti dall'iter autorizzativo (ad esempio per l'esproprio di terreni). Ma chi sono i ricorrenti? Chiunque: amministrazioni pubbliche, e ancora più spesso comitati di cittadini o associazioni, non per forza di matrice ambientalista. Perché la questione ambientale, in questo guerriglia continua di carte bollate, spesso c'entra nulla.

Labbiamo detto innumerevoli volte: il Nimby non è altro che un epifenomeno della democrazia. Teniamocela sempre ben stretta, ma a complicare ulteriormente il quadro è l'inarrestabile evoluzione dei modelli di comunicazione e informazione, che attraverso digital e social network ci proietta nell'infosfera, la felice definizione del filosofo Luciano Floridi che descrive il sistema globale in cui ogni soggetto è al tempo stesso emittente e ricevente di dati e comunicazione. Chiunque, senza barriere determinate da competenza o reputazione. Terreno fertile dunque per post-verità e fake news. Un altro filosofo, il coreano Byung-Chul Han, scrive nel suo trattato Psicopolitica: "La connessione è ovunque, l'illuminazione degli schermi è continua, il dispositivo ci provoca all'azione, a condividere, a commentare, a commentare di nuovo. La nostra democrazia digitale funziona soprattutto per soggetti solitari, consumatori inesauribili". Un futuro, dove gli webeti – felice neologismo coniato da Enrico Mentana – influenzano la politica e le scelte collettive, ma senza l'onere dell'impegno reale. Solo all'apparenza una democrazia compiuta, insomma, dove uno vale veramente uno. Col rischio concreto che le scelte siano casuali, o addirittura impossibili. Un grande Nimby collettivo in cui potremmo restare imprigionati. Come salvarsi? Considerando comunicazione e informazione leve strategiche, innanzitutto. Da usare in fase progettuale, e non quando il dialogo con il territorio che ospiterà il progetto è già compromesso. E ovviamente con molto ottimismo e tanta razionalità.

Alessandro Beulcke

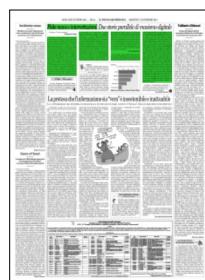
# Fake news e intercettazioni.

*Al direttore - Per una volta non sono d'accordo col mio direttore. Ho letto il tuo pezzo sui pilastri del nuovo processo mediatico: il meccanismo per cui social media e intercettazioni sono un pericolo per la democrazia sarebbe lo stesso, cioè il diritto allo sputtanamento. Invece, secondo me, meccanismo a parte, le differenze sono sostanziali. Differenze di sostanza: i social sono una bacheca su cui tutti possono scrivere, le intercettazioni sono ordinate da un giudice e diffuse da giornali che hanno un direttore responsabile. Ne deriva una differenza di autorevolezza: quella di un post su Facebook è quella che tu gli attribuisci (ed è tra l'altro tanto minore quanto meno c'è qualcuno che, scartando e censurando, conferisce una certa patente di credibilità a quanto resta); a un'intercettazione ci sono molte ragioni perché venga attribuito il carattere se non di "verità", di una certa "oggettività". Il diritto a conoscere e diffondere le intercettazioni viene preteso dai giornalisti per potersi sostituire alla magistratura inscenando un proprio processo. Il diritto a scrivere su Twitter ce l'ha Trump come i suoi avversari, e chi legge lo sa. Differenza dei mezzi per contrastarli: per le intercettazioni è possibile (almeno teoricamente) definire una procedura "garantista". Per i social media non è possibile, a meno di creare un ministero della verità. Ho letto tutto l'articolo dell'Economist, che è ovviamente molto più articolato del grido della copertina. Brillante la frase di Habermas, "dobbiamo riformare la politica dell'attenzione": sì, e poi? Molte cose mi sembrano analoghe a quelle che circolavano all'epoca di "televisione cattiva maestra". Anche dell'idea che l'attenzione crei una bolla, in cui uno che viene catturato, ci entra, e non ne esce più, ci sarebbe da dubitare. Dovidowitz, in "Everybody lies", dimostra, numeri alla mano, che ha più possibilità di entrare in contatto con idee politiche diverse dalle proprie chi naviga su internet rispetto a chi trae le proprie informazioni solo dai contatti con parenti amici colleghi di lavoro ecc. L'Economist non è il solo: il 4 novembre sul Boston Globe, Jeffrey Sachs scrive come "Big Data and Big Money have*

*subverted our democracy". Non vorrei fare il Candide, ma ho l'impressione che sono cose che hanno in sé la capacità di generare anticorpi. Anche perché i vari Facebook hanno tutto l'interesse a bloccare sul nascere quelli che vorrebbero risolvere tutto nazionalizzando. Torna utile il paragone con le intercettazioni: più statali di giudici e poliziotti non si può. Un caro saluto.*

Franco Debenedetti

Caro Franco, grazie della lettera ma temo che tu stia sottovalutando un punto importante. Il punto non è la capacità di ciascuno di noi di generare anticorpi ma è l'incapacità di chi veicola contenuti fake (si veicola letame) di essere considerato responsabile delle sue azioni. Il tema della buca delle lettere esiste per Facebook e per altri giganti della tecnologia ed è un problema che si sta provando ad affrontare (Zuckerberg nel giro di dodici mesi è passato dalla posizione di Facebook che non può essere una media company alla posizione di Facebook che deve essere responsabile dei contenuti che veicola, ma siamo ancora all'inizio). Ma come sai il tema della buca delle lettere esiste anche nel nostro paese per quanto riguarda le intercettazioni e per quanto riguarda le vagonate di letame che ogni giorno finiscono sui giornali e che vengono spacciate per grande giornalismo. Se ci pensi bene, insisto, il meccanismo che ha permesso di alimentare questi due modelli distorti sono simili: alla base di tutto c'è l'idea che ci debba essere una nuova forma di democrazia che deve prendere il posto di quella vecchia e chiunque si azzardi a criticare questa nuova forma di democrazia viene considerato come un nemico della democrazia. Come un sostenitore delle modalità del bavaglio. Il problema non sono tanto le intercettazioni o le fake news ma è chi le usa per ottenere un vantaggio. Sono storie diverse, certo, ma sono entrambe due spie di quello che Jaron Lanier ha definito maoismo digitale. Un abbraccio e grazie.



# La pretesa che l'informazione sia "vera" è insostenibile e inattuabile

LA CONVERGENZA FRA IPOCRISIA E IDEOLOGIA FA SÌ CHE OGGI SI PARLI TANTO DI "BUFALE". MA LE FAKE NEWS NON ESISTONO

Al direttore - Le *fake news* sono una "bufala", nel senso che le *fake news* non esistono.

E le "notizie false" non esistono perché non esistono "notizie vere". Nel sistema della comunicazione e della informazione esistono, invece, notizie i cui elementi costitutivi e le cui fonti sono stati diligentemente accertati. Di ogni fatto notiziale possono essere fornite due o molteplici versioni: da quello più banale (l'incidente stradale nelle versioni dell'investitore e dell'investito), a quello più drammatico (l'attentato di Sarajevo del 28 giugno 1914).

La pretesa che l'informazione sia "vera" è filosoficamente insostenibile e socialmente e politicamente inattuabile.

Perché dunque si parla tanto ora di *fake news*? Sorge il dubbio che sia frutto di una convergenza fra ipocrisia e opzioni ideologiche.

In primo luogo il tema delle *fake news* emerge dopo la elezione alla presidenza americana di Donald Trump. Si afferma che il magnate e organi di comunicazione a lui vicini avrebbero diffuso a piene mani *fake news* inducendo elettori indecisi a votare per il candidato repubblicano in quanto di quello democratico.

Premesso che tale rapporto causa/effetto andrebbe seriamente provato (la circostanza che un candidato sia scorretto non è di per sé evidenza di una influenza decisiva sull'elettorato), quel che lascia perplessi è la ideologia che è sottesa alla argomentazione. Il cui senso sarebbe che, posto che Donald Trump esprime posizioni in larga parte inaccettabili per gli *opinion makers* e per la maggioranza dell'establishment americani (nonché, per quel nulla che conta, del sottoscritto), non gli può essere consentito di orientare a suo favore i cittadini. Il presupposto inespresso – ma chiaramente antidemocratico – è che gran parte dei cittadini (ovviamente esclusi gli *opinion makers*) sono persone dotate di moderate capacità intellettive e facilmente abbondabili dalla propaganda elettorale e dalle *fake news*. Gli elettori vanno protetti da loro stessi, dalle loro debolezze, dalle loro passioni, infatuazioni, idiosincrasie, ma ovviamente solo se votano per un soggetto sgradevole, prepotente, roboante come Trump. Le *fake news* sono tali a seconda di chi le enuncia e come conseguenza dell'esito elettorale. Venendo a più vicine vicende di casa nostra, per trent'anni sugli elettori italiani è stata rovesciata la *fake news* che l'Unione sovietica fosse la patria della democrazia popolare e che il comunismo fosse la medicina ai guasti del capitalismo. Gli elettori del Pci erano dei minorati? Tutt'altro, erano in larghissima misura persone intelligenti, oneste e civili (come del resto anche gli elettori democristiani). Ma non si è pensato per un attimo che si dovesse chiudere l'Unità.

A voler utilizzare una metafora calcistica, è comprensibile che la squadra che perde (in modo così inatteso e contro un

candidato così sgradevole) invochi il *foul play* (cioè il fallo), e dunque cerchi di mettere in discussione il risultato del campo. Ma a voler essere seri e volendo evitare di ripetere gli errori che hanno portato alla sconfitta, i democratici americani (e con essi i "sinceri democratici" di casa nostra) dovrebbero chiedersi perché milioni di americani hanno preferito l'imprendibile Trump, alla intelligente, grintosa, appassionata, esperta Hillary Clinton. E perché nella agiata Florida – lo stato chiave della sconfitta sia del 2000 che del 2016 – i milioni di elettori latini non abbiano in alcun modo reagito alle *fake news* di Trump sugli immigrati criminali e fannulloni premiando la antagonista che li blandiva.

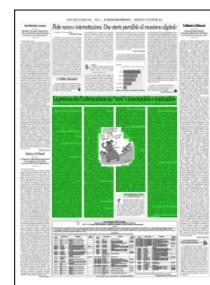
Indimotstrato il nesso fra *fake news* e vittoria del candidato antidemocratico (in tutti i sensi), ancor meno sostenibile è la tesi secondo cui ciò si può e si deve evitare attraverso una forte iniezione di informazione pubblica, affidata alle emittenti di servizio pubblico, e al controllo sulle reti di telecomunicazione.

In questo caso disponiamo della controprova: si dice che il risultato americano è stato determinato dalla struttura tutta privatistica ed economicistica dell'attività informativa. Ma allora come si spiega il risultato del referendum sulla Brexit nel Regno Unito? Dove, a dispetto dello sbandierato ruolo di garanzia della Bbc, le *fake news* del Trump britannico, Boris Johnson, hanno vinto la partita. Anche qui elettori minorati, influenzabili, irrazionali e – diciamola tutta – razzisti?

Il sospetto che la spiegazione sia molto più complessa ed abbia ben poco a che vedere con il tasso di "verità" o di "falsità" delle notizie circolate è forte.

La caratura elitista ed intellettualistica della campagna contro le *fake news* (e dunque intrinsecamente antidemocratica: c'è democrazia quando gli elettori votano quello che proponiamo noi; altrimenti non c'è democrazia), è confermata da un'altra considerazione.

La vittoria di Donald Trump viene regolarmente e sulla base di studi assolutamente scientifici, attribuita all'uso che il candidato repubblicano e i suoi sostenitori hanno fatto dei c.d. *social media*, usati come moltiplicatore delle sue *fake news* e della sua propaganda. La rete Internet sarebbe un potente persuasore, che catalizzerebbe i preconcetti e soffocherebbe un reale confronto di idee.



Colpisce in primo luogo la memoria corta e il doppiopessismo. Quando nel 2008 si ebbe la storica vittoria di Barack Obama, prima contro la Clinton nelle primarie e poi contro l'eroe di guerra McCain, essa fu in larga misura attribuita all'innovativo uso della rete e dei social media.

Dunque, se i democratici si aggregano e consolidano i loro ideali sulla rete si tratta di una dimostrazione di come le nuove tecnologie sono

al servizio della partecipazione popolare al processo elettorale. Se invece lo stesso strumento è utilizzato da cittadini che sostengono le tesi opposte – sgradevoli, stupide, autolesioniste – allora si scopre che la rete costituisce un pericolo per la democrazia e deve essere controllata. E il cuore del problema è proprio qui. Se la Corte suprema degli Stati Uniti, vent'anni fa, ci ha detto – e ha sacrosantamente ragione – che la rete Internet è “un mezzo profondamente democratico” bisogna arrendersi alla circostanza che attraverso la rete e i tanti sistemi da essa offerti, a partire dalle piattaforme di condivisione di idee, notizie, commenti e contenuti, centinaia di milioni di cittadini esprimono e si espongono a quelli altri.

Fa riflettere la circostanza che il tema della *fake news* emerge con riferimento non alle “bufale” giornistiche, alle campagne di linciaggio e di annientamento morale promosse ogni giorno dai media tradizionali (stampa e televisione), ma quando i cittadini si comportano in modo analogo sulla rete. In termini concreti, quando un giornale o una trasmissione (vogliamo fare i nomi?) additano una per-

sona come colpevole delle peggiori nefandezze morali e giuridiche, e ciò sulla base di meri indizi – di solito extrapolati da atti di indagine di polizia che non hanno ricevuto il conforto di un processo e che l'accusato non è neanche in grado di contrastare, perché ristretto in carcere o comunque ormai appestato – questo non avrebbe nulla a che vedere con il tema della *fake news* e viene detto, con la tracotanza dell'aguzzino impunito, “E’ la stampa, bellezza”. Quando invece i cittadini si comportano nello stesso, incivile e vergognoso, modo sulla rete, allora ci si preoccupa e si chiede a gran voce di controllare, reprimere e sopprimere le loro esternazioni. Chi ha seminato il vento della totale immunità dei media, oggi raccoglie la tempesta della canea del tanto decantato “popolo della rete”.

Ovviamente ciò non vuole essere una giustificazione di espressioni ingiustificabili e che denotano il degrado di ogni costume di civiltà. Ma vuole evidenziare che non si può da un lato esaltare la “libertà di manifestazione del pensiero”, facendo assurgere l'art. 21 Cost. e l'art. 10 Cedu a usbergo della immunità di potenti aziende editoriali e dei loro arroganti dipendenti, garantendo a quest'ultimi la irresponsabilità, e, dall'altro lato, pretendere di dichiarare responsabili i cittadini e le piattaforme che ne ospitano le falsità e le opinioni.

Con il che si torna al punto di partenza. Non esistono *fake news*. Ci sono notizie e commenti che sono legittimi se si fondano su un diligente accertamento e sono espressi in modo tale da non ledere e annientare la personalità altrui. E tale obbligo è, ovviamente, molto più stringente per chi professionalmente e dietro retribuzione svolge attività informativa, rispetto al comune cittadino che non può invocare immunità, ma solo se questa non è concessa a chi, meno di chiunque altro, ne ha il diritto.

Si ripulisca il mondo dell'informazione tradizionale e si vedrà che anche i cittadini (e candidati politici) si sentiranno meno legittimati a comportarsi in modi inqualificabili.

**Vincenzo Zeno-Zencovich**

## Un film sul male d'oggi

# La fede cieca nelle bugie dei falsi guru

Mario Ajello

**E**l momento d'intraprendere una battaglia culturale. Quella della democrazia della conoscenza contro la (pseudo) democrazia della credulità. A riprova del fatto che gli illuministi, da super-critici, erano nel giusto quando avvertirono i posteri sui limiti della ragione e sui danni delle superstizioni, dei pregiudizi, degli oscurantismi fintamente salvifici.

Vediamo oggi ciò che loro avevano intravisto nel diluvio di fake news, nei deliri No Vax, nelle bufale in cui non si distinguono i fatti (più o meno probabili) dagli inganni (più o meno sicuri), negli infiniti discorsi a vanvera pseudo-scientifici o pseudo-storici (Cristoforo Colombo? Un torturatore di pellerossa!) che diventano opinioni correnti e talvolta perfino politicamente corrette. A suo modo parla di tutto questo, anche oltre le intenzioni, "The Place": il nuovo film di Paolo Genovese che esce domani per la produzione di Medusa (di cui è timone Giampaolo Letta).

Seduto in un angolo di un ristorante, c'è un personaggio faustiano (Valerio Mastandrea) che incontra e ascolta dieci persone e a tutte loro garantisce con certezza che realizzeranno i loro desideri, risolveranno i loro problemi, realizzeranno i propri disegni anche i più indecenti, affidandosi al suo intervento quasi miracolistico. «Come faccio a sapere che lei non è il diavolo?», gli chiede Sabrina Ferilli. E Giallini: «Sei un mostro». E lui: «Diciamo che do da mangiare ai nostri». Così, Mastandrea spinge un padre ad accettare di uccidere un'innocente bambina, pur di ottenere la guarigione del proprio figliolo destinato a morire di cancro. A una suora in crisi di fede dice che deve restare incinta. A un cieco prescrive di violentare una donna. A una vecchietta, che deve curare il marito malato di

Alzheimer, consiglia con sguardo gelido di mettere una bomba in un locale. Deliri da guru, false ricette, tenebrose provocazioni che parlano del tema forte, e super-contemporaneo, del che cosa sei disposto a fare per realizzare i tuoi scopi e del punto di credulità a cui sei ragionevolmente in grado di inabissarti, pur di prendere per buone le soluzioni proposte dal diavolo.

Del «pensiero diabolico che diventa gioco» ha trattato il filosofo Emmanuel Levinas, analizzando come l'improbabile e l'imbarazzante possano diventare realtà di pensiero contagiosa. Qui siamo cinematograficamente su quel tipo di terreno, popolato da masse di creduloni contemporanei, la cui ragione che dovrebbe essere liberatrice - come si pensava una volta - diventa invece schiava di un pifferario o dei pifferi che suonano sulla Rete o nella pseudo-letteratura anti-scientifica, o nelle teorie cospirazioniste per cui l'11 settembre fu un auto-complotto o nella patafisica delle scie chimiche, o in tutte le altre fanta-teorie che si auto-legittimano a furor di massa, senza che nessuna di essa abbia valore provato.

Una cieca credenza diventa sostitutiva della coscienza. La manipolazione schiaccia la ragione. E non c'è soltanto passività in questo processo, perché forse è più facile cercare una conferma in qualche ricetta strampalata che cercare in se stessi la forza della lucidità e della buona informazione, che consentono di affrontare le cose nella maniera più appropriata. E c'è anche, purtroppo, una sfida nel momento in cui scegliamo di superare noi stessi affidandoci a qualcuno o a qualcosa di apparentemente salvifico, sacrificando però la nostra identità di pensanti e quindi anche la dignità.

Il film di Genovese iconizza e fa pensare, anche più di quanto forse vorrebbe, a questo carattere della contemporaneità - più che una caverna platonica, una caverna sotto-culturale - nella quale all'epoca dei blogger, degli influencer e degli algoritmi la ragione liberatrice si spoglia della

propria consapevolezza. Negando alla radice il mondo illuministico da cui proviene la cultura moderna. Non a caso proprio Voltaire, alla credulità, analizzata caso per caso e senza nessun senso di superiorità da sapiente, ha dedicato una delle sue opere più importanti, concepita nel 1740 e pubblicata nel 1753: il "Saggio sui costumi e sullo spirito delle nazioni". In cui fa polemica contro il fanatismo e le religioni, ma è cosciente che i percorsi storici sono assai spesso incoerenti e lontani purtroppo da principii razionali. Per cui questo nostro tempo è anche quello in cui ci si fa plagiare per scelta, nelle opzioni interiori così come nei comportamenti sociali, politici e anti-politici, e in cui il ciarlatano - quella antica figura medievale che è diventata anche tecnologica - vale quanto un economista o un grande medico o un sommo pensatore (ammesso che ne siano rimasti). E per di più, con coloro che si affidano alle ricette e ai sensali più bislacchi, come quello perfettamente descritto in "The Place", c'è anche - oltre al danno a se stessi - il danno che producono al resto della comunità. Perché le falsità più andanti e i veleni più tossici sono quelli che si spargono con maggiore facilità. Come si era capito fin dai tempi di Duns Scoto, anche se questa proverbiale massima gli è stata erroneamente attribuita: ex falso sequitur quodlibet (dal falso segue qualsiasi cosa a piacere).

La battaglia della democrazia della conoscenza contro la (pseudo)democrazia della credulità è dunque necessaria, perché quest'ultima si sta imponendo nell'immaginario collettivo e nella narrazione pubblica. E non è facile contrapporvisi. Perciò il guru Mastandrea del film appare come una figura sicura di sé. Contrapposta alla folla inerme, che si abbevera alle sue improbabili verità, senza avere gli strumenti per difendersi. La società liberale è quella che dovrebbe dare a questa folla gli strumenti intellettuali per combattere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# L'informazione nell'uragano delle fake news

Ferruccio De Bortoli e Giorgio Zanchini a Cagliari per un incontro sul ruolo del giornalismo nel mondo che cambia

» L'ex direttore del Corriere: «Il bravo giornalista è capace di separare la verità da quello che la inquina»

» Il conduttore di Radio Uno: «Per informarsi bisogna fare un po' di fatica, non basta uno sguardo in rete»

**di Sabrina Zedda**

► CAGLIARI

A quali notizie credere in tempi di social media quando ciascuno è bombardato da un'impressionante quantità di informazioni? Che futuro ha il giornalismo in una società che preferisce (soprattutto i giovani) informarsi prevalentemente su Facebook?

Questioni scottanti che l'altra sera, nella sede della Fondazione di Sardegna, sono state al centro di "Giornalismo oggi. Il ruolo dell'informazione nel mondo che cambia". L'incontro, moderato dal giornalista Giacomo Mameli, ha visto ospiti l'ex direttore del Corriere della Sera, Ferruccio De Bortoli, e il giornalista Rai, conduttore della trasmissione di Radio Uno "Radio anch'io", Giorgio Zanchini. Il punto di partenza sono gli ultimi fatti accaduti negli Stati Uniti: una settimana fa sono stati convocati davanti al Congresso i tre colossi Google, Twitter e Facebook perché spiegassero come abbiano potuto non capire che dietro quel polverone di notizie capace di inquinare l'ultima campagna elettorale Usa (il "Russiagate"), ci fosse la Russia.

Una domanda a cui è seguito il silenzio, cosa che in altri tempi sarebbe stata inammissibile. Come sarebbe stato inammissibile un altro fatto: «A quell'incontro ci sono andati non i titolari, ma i rappresentanti legali - osserva De Bortoli - Un fatto scandaloso, che però è accaduto». Questo da solo darebbe la misura dello strapotere in mano a chi controlla i social media. Ma l'ex direttore del Corsera continua, citando i crudi dati: negli stessi giorni in cui il trio si presentava davanti al Congresso il titolo Apple è schizzato in borsa a mille dollari.

mentre nel trimestre precedente Facebook ha registrato utili per due miliardi di dollari. Dove sta la responsabilità editoriale di questi colossi, quella che li obbligherebbe cioè a rispondere dei contenuti pubblicati? «Alcune cose sono state accettate come forme di autoregolamentazione, ma qualcosa ancora ci dovrà essere», avverte De Bortoli. Che dei social pare temere soprattutto il pericolo per la democrazia: «La pubblica opinione è l'architrave della democrazia - dice, citando Giovanni Sartori - ma per questo è necessario che i cittadini siano responsabili di tutte le loro scelte e non semplicemente dei naufraghi». In questo senso, il buon lavoro del giornalista per De Bortoli aiuterebbe eccome, perché il bravo giornalista è colui che «sa separare il grano dalla pula, distinguendo cosa può essere pubblicato nel pubblico dibattito e cosa invece lo inquina».

Si chiama fact checking. Ma non sempre è così semplice. «Una notizia falsa può essere facilmente smascherata - va avanti -. Ma se una notizia falsa la condivido, diventa verosimile. E' falsa adesso, ma non falsa domani. O forse è falsa per le fonti ufficiali, quelle che hanno il potere». Giorgio Zanchini pone ancora un'altra questione: come considerare la censura in epoca contemporanea? «Una volta la censura era impedire la pubblicazione di notizie sgradevoli - dice -. Oggi è invece più subdola: significa inondare l'utente di una quantità di informazioni tali da rendergli irriconoscibile ciò che è importante da ciò che non lo è». Zanchini pone anche un altro nodo: «Non solo il popolo dei Cinque Stelle ha trovato

nei social un'alternativa ai classici media, apprezzandone la possibilità di arrivare direttamente

all'opinione pubblica, ma anche tutto quel movimento di progressisti come lo studioso di fake news Walter Quattrociocchi».

Per arginare i danni, dice Zanchini, occorrerebbe ridurre il pericolo di informazioni distorte con misure come la segnalazione della scarsa attendibilità della fonte o il prosciugamento delle fonti di reddito di chi consapevolmente inquina. Cosa non facile, osserva lo stesso giornalista, visto che spesso a gestire i siti di fake sono intoccabili come i servizi di intelligence.

E dopo il "Russiagate", potrebbe accadere lo stesso nell'Italia che si avvia alle Politiche del 2018? Si, è la risposta di Zanchini, «è accaduto anche in Catalogna». Più scettico è De Bortoli, che ironizza: «Data la confusa situazione politica italiana, è più probabile che si getti subito la spugna». Insomma, i pericoli non sembrano facili da allontanare. Neppure appigliandosi a possibili normative: «Il diritto e la società hanno un cammino lineare, la tecnologia ha una progressione esponenziale», aggiunge De Bortoli. Tradotto significa che un vero controllo dei social pare impossibile.

Ma un'altra soluzione c'è, e passa per le scuole: insegnare a riconoscere l'autorevolezza di ciò che si legge. «Vuol dire investire informazione, è quello che inglesi e tedeschi fanno meglio di noi», dice Zanchini. E, conclude Ferruccio De Bortoli, «per informarsi bisogna fare un po' di fatica. Non si può pretendere di essere informati con uno sguardo distratto a diverse homepage. Questa è l'anticamera dell'indifferenza».



# Le fake news? Tutta colpa dei filosofi postmoderni

Il nuovo saggio di Maurizio Ferraris, "Postverità e altri enigmi", indaga sull'origine delle disinformazioni di massa, salvando il ruolo del web

MARCO BRACCONI

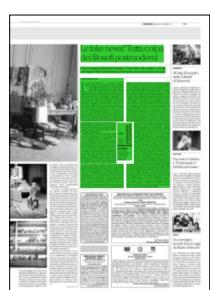
**P**uò discendere da un tweet di Donald Trump un tema filosofico che contribuisca a definire il mondo in cui viviamo? Secondo Maurizio Ferraris non solo ciò è possibile, ma necessario. Perché la notizia falsa, ultimo anello della catena della postverità, è il sintomo di una rivoluzione che ci interroga e riguarda tutti. *Postverità e altri enigmi* (Il Mulino) è il nuovo saggio del filosofo della "documedia" e del nuovo realismo, un approdo quasi naturale vista la centralità attribuita dall'autore ai documenti e alla loro registrazione nella costruzione del mondo sociale. Non a caso il primo scopo del libro, innescato da un confronto con Alessandro Baricco su *Robinson*, è proprio quello di stabilire la rilevanza della questione postverità contro chi la derubrica a tema sociologico o a mero "problema giornalistico". Se lo scrittore sosteneva l'assenza di novità storica nella diffusione di fake news (il potere ha sempre manipolato i fatti) per Ferraris invece la postverità non solo esiste, ma è fenomeno radicalmente nuovo e affonda le radici nella filosofia di fine Novecento.

Non sono stati forse i postmoderni, sulle orme del nietzsiano "non esistono fatti ma solo interpretazioni", a mettere la "verità" tra virgolette in nome di una emancipazione del soggetto davanti ai poteri? Ebbe bene secondo l'autore le cose sono andate ben al di là delle loro perfino buone intenzioni: ciò che quei pensatori intendevano come liberazione dal dogmatismo della Verità ha finito per produrre, salendo sulla giostra del digitale, anche l'epoca della postverità. Per il filosofo la strada è affrontare il tema come una parte del processo che dalla società dei media conduce al mondo "documediale" di oggi, fondato come in passato sulla registrazione dei documenti ma dove per la prima volta i documenti circolano da tutti e verso tutti, in uno spazio globale e a velocità della luce. Sooprattutto, un mondo dove ognuno può organizzarli e diffonderli come e quando vuole, anche se non ha nessun titolo per farlo. Così, se il pensiero postmoderno ha creato le premesse teoriche per la postverità, è nella Rete e nella sintassi dei social network che l'idea di "verità alternativa" ha trovato il suo habitat di massa. Attenzione però a demonizzare il



**IL LIBRO**  
Postverità  
e altri enigmi  
(*Il Mulino*,  
pagg. 181  
euro 13)

web, intanto perché nella visione di Ferraris la Rete non è causa di comportamenti sociali ma rivelazione di attitudini umane ad essa preesistenti. E poi perché è proprio nella tecnica che risiede una possibile risposta all'enigma della postverità. Un enigma che parte dalla constatazione empirica di un reale in cui la tradizionale "bugia del potere" diventa fake a portata di ognuno e in cui ognuno trasforma le proprie convinzioni in verità oggettive; un sistema senza classi riconoscibili, all'interno del quale è il singolo a possedere i mezzi di produzione dei documenti/oggetti sociali. Quasi, nota Ferraris, il sogno rovesciato di Marx: una società con un esercito di lavoratori che lavora anche di notte, postando documenti in Rete per il solo profitto dei gestori ma con la sola ricompensa di uno dei più radicali bisogni spirituali dell'essere umano: il riconoscimento. Ecco che la postverità non è più "stortura" del sistema, piuttosto il tic di un passaggio d'epoca che per l'autore invita la filosofia a riconsiderare il tempo in cui ci troviamo. L'epoca documediale ci dice infatti che la fase del capitale che scambiava merci/documenti ha lasciato il posto all'era in cui lo scambio riguarda direttamente i documenti; allo stesso modo, la postverità succede al populismo figlio di quella società dei media travolta da Internet. È qui che il saggio ritorna al nodo filosofico della questione: il vero e il modo con cui lo distinguiamo dal falso nell'inedito contesto della dominanza digitale. Dosando il registro accademico con un istinto divulgativo spesso capace di divertire, trascorrendo da Kant all'amato Derrida, il filosofo suggerisce come antidoto alla postverità di ripartire da Agostino e dal suo "voller fare" la verità. Perché l'enigma della postverità è faccenda dell'*homo habilis* più che del sapiens: è la tecnica della convalida e della verifica di ogni singola affermazione la sola che ci permette di dire che questo, certamente, è (vero). Una prassi della verità che Ferraris non affida solo all'ontologia di "ciò che indiscutibilmente è" o alla sola epistemologia di "ciò che sappiamo essere". Ma un fare "tecnico", paziente e razionale, che sia capace di proteggerci dalla dittatura delle Verità assolute e dalla tentazione di concepire la nostra come un'assoluta (e individuale) verità.



## IL PUNTO DI MAURO MASI\*

# Fake news, i big della rete in alto mare

Ora che se ne è accorto anche il non proprio velocissimo *Economist* («Do social media threaten democracy?», I social media minacciano la democrazia?) è tutto un florilegio sulla grande stampa internazionale e dai grandi (?) opinionisti a mettere in guardia contro i pericoli della rete. Fino a poco tempo fa si ricordava come Facebook, Twitter, YouTube ecc. fossero stati fondamentali nelle «primavere arabe» o nella cacciata del presidente ucraino Yanukovich mentre ora si stigmatizza l'intervento della Russia nelle elezioni presidenziali Usa (almeno 146 milioni di utilizzatori di Facebook hanno visto «fake news» provenienti dalla Russia tra il gennaio 2015 e l'agosto 2017), del presidente filippino Duterte che racconta a modo suo la guerra ai narcos, o dei candidati alle elezioni presidenziali in Kenya finite per essere annullate. E si ricorda un recentissimo sondaggio per cui, nella patria della rete e dei social, gli Stati Uniti d'America, solo il 37% degli interessati ha fiducia nei social media (per lo stesso campione, ben il 75% ha fiducia nella stampa tradizionale, giornali e riviste). Meglio tardi che mai. Anche se qualcuno lo diceva da tempo. Lo studioso americano Nicholas Carr già da anni ammoniva che «entro breve tutti saremo più superficiali, incapaci di concentrarci per più di qualche minuto e, soprattutto, di distinguere un'informazione importante da quella irrilevante» (un allarme lanciato, tra gli altri, anche dal sottoscritto con il libro edito da Class Editori nel maggio 2015 *Internet ci rende più stupidi?*).

Il tema è, naturalmente, enorme e tocca le radici stesse di internet quindi del nostro approccio alla modernità per cui, il minimo che si può dire, è che non esistono soluzioni facili e di immediata applicazione. Mi sem-

bra comunque che se qualche soluzione si vuole davvero trovare (e non è detto: a tanti la rete così com'è ora va più che bene) ciò non possa che passare nel rendere in qualche modo responsabili proprietari e gestori delle piattaforme per quello che vi passa attraverso e che viene diffuso e condiviso. È stato così con i media tradizionali e qualche risultato si è ottenuto. I grandi gestori sembra che abbiano capito l'aria che tira e si stanno adeguando: Google, Facebook, Twitter, YouTube hanno già lanciato (o hanno annunciato) nuovi algoritmi che dovrebbero bloccare (o almeno contenere) le «fake news» e gli «hateful contents» (le «bufale» e i «commenti d'odio»). Vedremo. Ma ancora siamo in alto mare. Solo per fare un esempio, pochi minuti dopo il massacro avvenuto qualche giorno fa in una chiesa del Texas, YouTube ha mandato online un video in cui un popolare commentatore della rete affermava di sapere per certo che l'attentatore era un musulmano o un nero (lo stesso commentatore è peraltro un afroamericano), in pochi minuti ha raccolto oltre 90 mila condivisioni. Inutile dire che era tutto falso.

\* delegato italiano  
alla Proprietà intellettuale  
CONTATTI: mauro.masi@consap.it

— © Riproduzione riservata — ■



**L'INTERVISTA Giuseppe Cruciani**

# «Bugie, insulti, gossip? L'unico limite è il codice penale»

**Libertà**  
Chi vuole zittire le voci dissonanti è contro il sistema democratico

**Ipocrisia**  
Il web emendato è come un mondo senza delitti: impossibile

**Luigi Mascheroni**

**F**ake news, decaloghi anti-bufale per gli studenti (lo hanno stilato il presidente della Camera Boldrini e il ministro dell'istruzione Fedeli), incitamento all'odio in Rete e falsi profili. L'informazione ai tempi della post-verità. C'è di che preoccuparsi. Ma qualcuno, come Giuseppe Cruciani, conduttore su Radio 24 del programma *La Zanzara* - voce dissonante e posizioni provocatorie - sostiene che non sono le notizie a essere false. È falso il problema.

**È così? Le prime fake news sono le fake news?**

«Le fake news non esistono. Esistono notizie che possono essere interpretate, anche se a qualcuno danno fastidio. E poi esistono notizie false, punto. Il problema delle fake news esiste solo per chi ha interesse a fare una campagna mediatica - cioè una propria propaganda personale - contro certe notizie, o interpretazione delle notizie, che non condivide. Sono i grandi moralizzatori che si scagliano contro il gossip, le posizioni politicamente scorrette, l'inverificato... Ma non è mai successo nella storia, prima d'ora, che qualcuno criminalizzasse il gossip, ad esempio. E che cos'è il gossip, secondo le categorie di certi censori, se non una fake news? Ma il gossip fa parte di un'informazione sana. Infatti nei Paesi in cui non c'è gossip non c'è democrazia».

**Per qualcuno la democrazia e la libertà di pensiero è messa a rischio anche dai poliziotti del politicamente corretto.**

«Basta non retrocedere di un passo, mai. Io ne so qualcosa. Se faccio lelogio della carne, i vegani mi vogliono silenziare. Se parlo di abitudini sessuali, insorgono i perbenisti. Se critico i musulmani, mi accusano di islamofobia. Se dico che non voglio clandestini in Italia divento un razzista senza diritto di parola. Se manifesto dubbi sul caso Weinstein, sono uno sporco sessista. Tutti vogliono insegnarti come devi parlare. Ecco: quando qualcuno mi chiede di moderare i termini, senza spiegarmi il perché, io continuo. Anzi, alzo i toni. La cessione di spazi di libertà d'espressione è sempre la premessa alla cessione di spazi di "sovranità". Mai retrocedere. Ci si ferma solo davanti al codice penale, oppure a un'Authority».

**E l'hate speech? Alcuni giuristi americani pensano che alcuni discorsi che**

**potrebbero essere considerati incitamento all'odio debbano essere esclusi dal Primo emendamento che tutela la libertà di espressione a 360 gradi.**

«Una follia. È non a caso sostenuta dalle stesse persone che denunciano il pericolo delle fake news, che vogliono zittire le voci dissonanti, che chiedono di oscurare i siti internet complottisti, suprematisti, negazionisti... Invece tutto ciò - anche se nessuno di noi condivide le idee degli "incitatori all'odio" - è fondamentale in un sistema di informazione democratico. Prima deve rimanere ferma la libertà delle proprie opinioni, sempre e comunque. Dopo c'è il codice penale e tutti i mezzi che lo stato di diritto prevede per rivalersi di eventuali offese, calunnie, diffamazioni...».

**Il punto è che la stragrande maggioranza dei cittadini si informa tramite i social network. E molti dicono che il web è incontrollabile, che molti siti sono vere fogne...**

«Non sopporto i giornalisti che vogliono "emendare" il web, renderlo più "buono", togliere insulti e volgarità... È la negazione stessa del web. È come pensare un mondo senza delitti. Una posizione ridicola oltre che inutile. Internet, pur col suo lato oscuro, aiuta a fare emergere e riconoscere la parte nascosta di un Paese, di un mondo. Le aggressioni verbali, gli insulti, le falsità possono e devono essere perseguite per legge, anche se l'iter è lungo e difficoltoso. Però, al netto di tutto questo, il web mostra ciò che altri mezzi non sono in grado di vedere. È un po' quello che accadde con *Radio parolaccia*, quando Radio radicale trasmetteva senza selezioni e censure le telefonate del pubblico: fu lì, nei primi anni '90, che si capì la pancia del Paese, l'ascesa della Lega, la società che cambiava... Cose di cui i giornali non si erano accorti».

**Ecco, i giornali...**

«Perché? Nei giornali non ci sono fake news? Non raccontano bugie? Non fanno l'interesse di qualcuno? Si condanna il web come "immorale" e poi si fa finta di non vedere i conflitti di interesse dei gruppi editoriali, i legami tra informazione e politica, tra giornalismo ed economia, l'inesistenza in Italia di un editore puro... E comunque, non solo il web è più libero, ma anche meno ipocrita: è di parte, fazioso, anche violentemente fazioso a volte, pieno di spazzatura e volgarità magari. Ma non si erge a depositario della Verità, come fa la "grande informazione"».

*Il dibattito sulle notizie inventate è il cavallo di Troia per arrivare a limitare la libertà di parola in nome del politicamente corretto*

# La truffa

## delle

### «fake news»

La vera «fake news»  
è dire che i governi  
si fanno e disfanno  
con le «fake news»

Nicola Porro

**L**e *fake news* esistono, eccome. Così come ieri non si poteva negare la diffusione di notizie false. Eppure sono diventate un'emergenza. E questa è la prima delle *fake news* che dovremmo combattere. Cerchiamo di mettere un po' d'ordine.

Oggi le notizie ritenute non veritiere (ma da chi?) si incapsulano nella categoria *fake*

*news*, per dare loro una dimensione digitale e per distinguerle dalle banali notizie false, che spaventano meno. Le *fake news* non sono dunque semplicemente notizie false, sono qualcosa di più, per diffusione, persistenza, e viralità; il passo per diventare un'emergenza è dunque breve. Un americano medio tocca, verrebbe da dire accarezza, il proprio smartphone 2.600 volte al giorno. Le *fake news*, paradosso dei paradossi, combinate con i telefoni che sono invece *smart*,

diventano micidiali: *fake and smart news*. In un contesto in cui due sole aziende, Facebook e Google, si spartiscono metà della pubblicità digitale mondiale e rappresentano il 40 per cento del consumo

digitale degli americani. Insomma l'hardware, la pistola, sono gli smartphone. Il software, la pallottola, sono social network e motori di ricerca. E il dito sul grilletto è il nostro, quello di miliardi di individui che generano contenuti, news. Di queste tre categorie, le prime due guadagnano, quanto più la terza si mette a sparare, poco importa a chi. Quest'ultima non ricava nulla dal meccanismo, se non visibilità, che scambia in modo irrazionale fornendo preziose informazioni personali. Ma questo è un altro discorso che non è il caso di confondere con la presunta emergenza da *fake news*. A cui velocemente ritorniamo. Le *fake and smart news* sono diventate un'emergenza: è colpa loro se giovani e fragili ragazze si suicidano, governi saltano, campagne elettorali mutano direzione, politici e uomini eminenti vengono diffamati e così via. Per la prima

volta grazie alle *fake and smart news* si può compromettere la reputazione di un membro qualunque dell'establishment, mentre nel mondo pre-digitale era possibile al limite lo sputtanamento della sola «bocca di rosa» e per di più con strumenti di diffusione non proprio di massa. Per questo l'establishment vuole correre ai ripari: la notizia falsa, ma non solo quella, del passato era in un certo modo arginabile grazie al rapporto con l'editore. Oggi la proprietà è diffusa, parcellizzata. Ciò rende la situazione esplosiva poiché letteralmente incontrollabile.

Come tutte le emergenze, a definirle è un piccolo club di decisori che tra la molitudine di cataclismi sceglie, con criteri del tutto arbitrari anche se consolidati, quale affrontare. La prima conseguenza è che a occuparsi dell'emergenza saranno proprio coloro che l'hanno dichiarata e dunque necessariamente lo Stato, nelle sue diverse articolazioni. La seconda, collegata alla prima, è che il fallimento si ritiene essere sempre del mercato e dunque contro di esso si deve intervenire, presumendo che un pugno di decisorи pubblici sappia come meglio affrontare e risolvere la questione. Che d'altronde loro stessi hanno imposto in cima all'agenda delle cose da fare. In un cortocircuito maledetto.

Nel caso specifico a essere potenzialmente sotto attacco diventa così una nostra libertà fondamentale, quella di parola che gli americani alla fine del '700 hanno voluto codificare con il Primo emendamento. Come il welfare state, pensato con la buona intenzione di fornire risorse vitali a chi non le aveva, è stato il grimal-

dello con cui si è affermato il socialismo europeo, così la guerra alle *fake news* rischia di diventare una nuova e rinnovata forma di socialismo.

Robert Spencer nel suo favoloso saggio sul *free speech*, non a caso nota come la battaglia per la libertà di parola, per il *free speech*, appunto, per il rispetto del Primo emendamento, sia stata abbandonata dalla sinistra liberal del secolo scorso, che tanto la rivendicò. La sinistra infatti persegue oggi i suoi fini di centralismo più o meno democratico con strumenti nuovi: con la scusa dell'*hate speech* viene ricercato un controllo della parola, una sanzione, una riduzione della portata e della forza del Primo emendamento. L'*Economist*, questa settimana, ha dedicato un approfondimento proprio alle *fake news*, sostenendo che i social media invece di diffondere cultura stanno diffondendo veleni. Lo stesso settimanale inglese nota però come gli americani, i cittadini governati dal Primo emendamento, solo nel 37 per cento dei casi si fidano delle informazioni recuperate sulla rete. Insomma, questa si chiama risposta di mercato. Le *fake and smart news* esistono, è ovvio. Ma la strada per combatterle non è, dice giustamente Spencer, scardinare il Primo emendamento che ci dovrebbe dare la possibilità anche di fare «discorsi di odio» poiché la loro censura sarebbe un male peggiore della loro diffusione. Si dovrebbe, dicevamo, attendere la risposta del mercato, che sa selezionare la buona informazione dalla cattiva. Almeno quanto è in grado di farlo chi ci governa.

Pensiamo ad alcuni casi recenti e capirete bene come la presunzione che in pochi colti, intelligenti, savi possano capire meglio della moltitudine dei bruti che cosa sia *fake* e che cosa no, si rivela una bufala. Oggi molti si scagliano contro le intromissioni, operate attraverso i social, fatte da operatori interessati e forse russi nella campagna elettorale americana. Tuttivolti a favorire Trump. La cosa è tutta da dimostrare, ma diamola anche per buona. Resta il fatto che gli americani hanno poi votato e usato la loro democrazia eleggendo Trump e avviando così un gigantesco cambio di poteri a cui stiamo assistendo a Washington. Gli stessi poteri forti americani scalzati e che criticano le ingerenze social dei russi pro-Trump adottarono i medesimi strumenti digitali di cui si sentono oggi vittime, come leve della loro politica estera. Qualcuno ci sa dire che cosa ci sia di diverso nell'utilizzo che le passate amministrazioni americane hanno fatto per le altrettanto clamorose rivoluzioni arabe, per l'estromissione del loro ex alleato Mubarak dall'Egitto? Rivoluzioni che in molti oggi considerano essere state un pericoloso fallimento e strumento di destabilizzazione di

un'area dove sta prosperando il terrorismo fondamentalista. In quel caso la retorica dei social che facevano scendere i giovani in piazza, funzionava. La *fake news*, come si è rivelata a distanza di anni, di una rinnovata e laica società araba, allora nessuno riuscì a combatterla. Perché in quel caso stampa, opinione liberal, sinistra internazionale e digitale erano tutti dalla stessa parte.

Ora le cose non stanno più così e gli stessi social che hanno alimentato piazza Tahrir, la rivoluzione ucraina e le rivendicazioni dei diritti di Teheran sono diventati pericolosi. Ma chi lo ha deciso?

**Nicola Porro**



## Per saperne di più

Di per sé, non esiste una definizione univoca di *fake news*: sarebbero notizie inventate, ingannevoli o distorte, rese pubbliche con l'intento di disinformare. Se questo fenomeno sia una novità o antico quanto il mondo è oggetto di dibattito. Resta il fatto che moltissimi sono gli articoli giornalistici e i libri dedicati di recente al tema delle *fake news*. Il filosofo Maurizio Ferraris allarga il raggio nel suo nuovo saggio *Postverità e altri enigmi* (il Mulino, pagg. 182, euro 13). La postverità, ampia categoria nella quale rientrerebbero anche le *fake news*, nasce dall'alleanza tra la potenza del Web e il più antico desiderio umano, ossia quello di avere ragione a tutti i costi.

**Il commento di Veneziani** Così i media sono finiti a fare i reggicoda della politica. E a rendersi complici di una dittatura

# Quella fabbrica delle notizie gonfiate che piega la realtà al politicamente corretto



di **Marcello Veneziani**

**U**n fatto di cronaca, una deprecabile testata di un presunto criminale finora incensurato a un giornalista - una notizia che avrebbe meritato un titolo in cronaca - tiene banco da svariati giorni e da giorni diventa apertura dei telegiornali e dei quotidiani. Una stupida e crudele manipolazione di una foto di Anna Frank per cazzeggi sportivi diventò per giorni e giorni una tragedia nazionale con mobilitazione delle istituzioni, preghiere e letture negli stadi e nelle scuole per riparare alla profanazione e denunciare la rinascita del solito razzismo e nazismo. E più indietro, una scritta sui muri sul tema diventò argomento di apertura dei giornali e dei tg con relativa denuncia del pericolo fascista tornante. Lo stupro compiuto da un magrebino a ai danni di una ragazza che si era ubriacata e si era accompagnata a lui, assume rilevanza nazionale ma solo per deprecare il prete che ha usato parole troppo dure per dire una cosa giusta: se vi sballate e vi accompagnate agli sconosciuti poi non lamentatevi. Ho citato solo i primi che mi sono venuti alla mente, ma la dilatazione di una parola, di un gesto, di un atto violento da bullo di periferia al rango di Evento Nazionale, di Dramma Eocale è ormai roba di ogni giorno. Analoghi o più gravi fatti ma di segno diverso passano inosservati o relegati nelle pagine interne. Non ci sono in queste vicende né morti né stragi, deportazioni di popoli, violenze di massa, minacce alla sicurezza; sono fatti di cronaca che avrebbero meritato un titolo sui giornali ma non il lutto nazionale e l'allarme generale. Ma servono tutti per tenere vivo e dominante il Grande Racconto Ideologico, per alimentare la religione del politically correct. Dove i fatti spariscono e restano le "narrazioni" che aspirano a dimostrare una sola cosa: mafia, fascismo, razzismo, fanatismo, violenza anche sportiva, sono la stessa cosa. A nulla vale obbiettare che "il testa" è un sinto e non un fascio italiano, che simpatizzava per Grillo e magari pure per il Pd, e comunque è irrilevante la sua opinione politica, ha reagito violentemente perché non voleva la troupe addosso e non per motivazione "politica".

E a nulla vale aggiungere che Ostia è come un migliaio di comuni italiani sotto attacco o infiltrazione della malavita, tra mafia, camorra, 'ndrangheta, simili e derivati. Nel resto dei comuni non comandano i puffi, sono ben inseriti i ladri comuni, i corrutti comuni, i comitati d'affari

fari di ogni giorno. Ma a Ostia si vota, CasaPound ha preso un sacco di voti, è in gara un candidato di destra; ergo la vigilanza democratica e antifascista deve raggiungere il massimo grado di attenzione. E a proposito di mafia & fascismo a nulla vale ricordare per la verità storica che l'unico momento in cui la mafia fu cacciata dall'Italia e poi tornò nel '43 con gli americani fu - ma guarda un po' - durante il fascismo.

Ora mi chiedo: ma che messaggio diamo ai cittadini, ai lettori, agli ascoltatori se i fatti principali sono questi e servono tutti a una pedagogia ideologica di massa? Poi vi lamentate delle fake news, ma è già la fabbrica delle notizie gonfiate e manipolate a drogare i fatti per veicolare l'opinione pubblica e distorcere la realtà. In uno stupro il colpevole dovrebbe essere lo stupratore, quindi in seconda battuta è complice la leggerezza delle ragazze che si sballano e si accompagnano a gente così. Invece per i media il colpevole è il prete che ha usato un linguaggio troppo aspro per dire una cosa sensata e vera. Ma la verità non esiste nel panorama balengo della disinformazione di massa. Se la prendono coi titoli urlati di Libero ma la realtà, la verità, la priorità delle notizie è stuprata ogni giorno anche dall'informazione di stato. I nostri notiziari sembrano la versione occidentale di quelli coreani. Solo che da noi la dittatura non è nelle mani di Kim ma del Politically correct. E giù censurare a chi non la pensa così. Poi vi lamentate se la gente trova un alibi per disertare l'informazione, per non comprare i giornali, per barricarsi con le cuffie e i telefonini nella propria egoistica privacy.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# Dal web spariscono i post della propaganda grillina a favore di Putin e anti-vax

Così la rete pro M5S sta mischiando le carte

## Retroscena

JACOPO IACOBONI

**C**on regolarità inquietante stanno sparendo, dai siti della rete pro M5S (a volte siti ufficiali della Casaleggio, altre volte siti non ufficiali simpatizzanti) pagine, post, video che hanno rappresentato contenuti fondamentali della propaganda pro Putin, o no vax, apparsa nel mondo grillino nel biennio cruciale 2015-2017. Perché questi testi o video adesso scompaiono, risultando assai spesso non accessibili?

Ne abbiamo scoperti e testati numerosi, con aiuto diffuso anche da utenti sui social network, per giorni e giorni: e questi sono i risultati al momento in cui scriviamo (tutto è sempre possibile, dopo: anche che riappaiano). Proviamo a indicarne alcuni. Su La Fucina - sito registrato dalla Casaleggio il 25 luglio 2013, che ha come admin Davide Casaleggio - compariva fino all'inizio di quest'estate un post più video antivaccinista che fu viralissimo, dal titolo: «Vaccini, è scesa la censura». Nel video il medico Giuseppe Di Bella attacca: «Si sono lamentati perché in Italia fanno pochi vaccini, però non hanno considerato la quantità documentatissima di danni gravissimi, di bambini autistici, di cui non bisogna parlare. Se c'è lo choc immunitario dei vaccini polivalenti, addirittura sei in una volta, per bambini piccoli, piccolissimi, ecco, non se ne deve parlare». Beppe Grillo a maggio polemizzò ferocemente col New York Times che aveva criticato il Movimento per la propaganda antivaccinista in un articolo dal titolo "Populismo, politica e morbillo". Grillo gridò che a

sostegno dell'accusa «non c'è nulla, neppure un link, un riferimento, una dichiarazione. Nulla». In realtà i link furono prodotti. Anche La Stampa ne offrì numerosi. Il fatto è che alcuni poi sparisco-no: per esempio la pagina citata della Fucina, che correla vaccini e autismo (indirizzo originario: <http://www.lafucina.it/2015/03/16/medico-e-paziente/>). La possiamo tuttavia mostrare grazie a webarchive.org, a una serie di screenshots, e avevamo scaricato il video.

Altro esempio, utile a capire anche alcune dinamiche: una pagina facebook seguitissima (piace a 494 mila persone), Silenzi e falsità dei media italiani, legata all'omonimo sito di cui risulta admin Marcello Dettori (Pietro Dettori, ex social media manager alla Casaleggio, è oggi responsabile editoriale dell'Associazione Rousseau), embedda un video con il logo della Cosa, canale "go-viral". Si tratta di un canale virale della tv del blog di Grillo, con un piccolissimo disclaimer che ne indica la natura teoricamente satirica. Tuttavia quei video, caricati su altri siti, divengono virali in una rete su Facebook dove il disclaimer non c'è più. E girano contenuti di questo tenore: «Putin salva migliaia di operai tirando fuori gli attributi». Il video si riferisce a Putin che ordina in malo modo ai dirigenti di una fabbrica di pagare gli stipendi arretrati ai poveri operai ridotti alla fame. La fabbrica chiuderà di lì a poco, ma questo non viene detto. Il video, reso virale tramite il canale facebook di Silenzi e falsità (<https://www.facebook.com/silenziesfalsita/videos/120710312656168>), non è più accessibile al momento in cui scriviamo (e da vari giorni) da quel canale, dopo che La Stampa ne ha scritto (compare ancora invece dalla pagina Facebook di

Tze Tze).

Risulta inaccessibile, da La Fucina, un link storico ([http://www.lafucina.it/2014/07/29/pilota\\_sparato-aereo\\_malese/](http://www.lafucina.it/2014/07/29/pilota_sparato-aereo_malese/)) della propaganda pro Putin in Italia, la cui sparizione ci viene segnalata dal debunker David Puente. Il volo MH17 della Malaysia airline si schiantò in Ucraina il 17 luglio 2014. La information war russa impiantò notizie fabbricate in vari luoghi, accusando gli ucraini. Uscì un'intervista, poi smontata,

a un pilota ucraino che diceva di aver sparato, e era ripresa da un sito alternativo di destra tedesco, spesso all'origine di contenuti falsi. Divenne un titolo della Fucina: «Il pilota ucraino che confessa di aver sparato sull'aereo malese». Oggi la pagina è sparita.

Sul blog di Grillo, a dicembre 2014 (all'indirizzo [www.beppegrillo.it/2015/06/putin\\_circondato.html](http://www.beppegrillo.it/2015/06/putin_circondato.html)) apparvero un testo di Manlio Di Stefano e un video apologetico di Putin che dice «vogliono incatenare l'orso russo». Il video reca da settimane il messaggio «Error loading player: No playable sources found» (sia da Chrome, sia da Explorer, sia da Mozilla/Firefox). Sappiamo però che era un video de La Cosa (la tv ufficiale del blog di Grillo) perché resta embeddato (continua dunque il caricamento pubblicitario) in un altro sito della galassia grillina, defilato, rispetto al blog di Grillo ([www.chickybox.com/vogliono-incatenare-l'orso-russo-putin-in-diretta-tv-azTux0op5O](http://www.chickybox.com/vogliono-incatenare-l'orso-russo-putin-in-diretta-tv-azTux0op5O)). Pagine vanno, pagine vengono, video appaiono, video spariscono, poi magari ricompaiono, più periferici. Putin, come la militante grillina dissidente Stefania Battella, viene sbianchettato dalla foto di famiglia in un interno.

© BY NC ND AI CUNI DIRITTI RISERVATI



**LA RETE**

# I PROFETI DELL'ERA DIGITALE

di FERRUCCIO DE BORTOLI

**A**pple è la più grande azienda quota al mondo. Il gruppo fondato da Steve Jobs ha una liquidità di oltre 260 miliardi di dollari, ovvero più del Prodotto interno lordo (PIL) della Finlandia. Facebook, che ha ormai due miliardi di utenti attivi - cioè molto più della popolazione cinese - ha fatto registrare, nel terzo trimestre, utili per 2,07 miliardi di dollari. Alphabet (Google) vale più del PIL della Svizzera. Jeff Bezos (Amazon) ha superato Bill Gates (Microsoft) tra gli uomini più ricchi del mondo con un patrimonio valutato circa 90 miliardi di dollari. La forza dirompente della tecnologia digitale si riflette nei conti dei giganti del web. Le grandi eccezioni sono Twitter, che però nel terzo trimestre ha visto calare le proprie perdite, riprendendosi un po' in Borsa, e Snapchat, che ha dimezzato le quotazioni.

Se le multinazionali del petrolio, del tabacco, dei medicinali avessero esposto conti così sfacciata-mente floridi, con ricchezze personali ostentate nell'invidia generale, le reazioni sarebbero state di altro tenore. Non che le multinazionali classiche abbiano guadagnato e guadagnino poco. Anzi. Ma colpisce, e forse non è stata sufficientemente indagata, la differenza di percezione, a livello sociale e politico, tra i monopoli tradizionali, per loro natura materiali, duri e antipatici, e quelli del web, sorprendentemente immateriali, dunque dolci e attraenti. Non tutto è spiegato con la scomparsa delle ideologie del Novecento. Le multinazionali, nella narrativa dei partiti di sinistra, concentravano tutte le negatività del sistema capitalistico. Erano accusate di atteggiamenti predatori, sospettate di organizzare adirittura complotti e golpe. I monopoli classici erano, di conseguenza, oggetto di legislazioni attente all'abuso di posizioni dominanti. Quelli della Rete sono monopoli che

sollevano, al contrario, ammirazione, consenso per la straordinaria capacità d'innovazione, gratitudine per la libertà di comunicare che assicurano agli utenti. Le reazioni sul piano della normativa antitrust sono scarse o nulle. La loro tecnologia, a differenza di quella di altri settori economici, come il petrolio, la meccanica, il tessile appare pulita anche quando non lo è. Noi utenti sviluppiamo una sensibilità crescente per la tracciabilità di ogni prodotto, specialmente alimentare, ma siamo un po' disattenti su come gli *smart phones* o i *tablet* vengono assemblati e smaltiti. Forse perché non ce ne separiamo mai. Sono protuberanze dei nostri corpi. Prodotti personali ai quali conferiamo un'importanza superiore a quella di altre utilità generali, come l'energia per esempio. E, infatti, siamo disposti a cedere gratuitamente i nostri dati personali, anche quelli più intimi, ai *social network*, senza preoccuparci tanto dell'uso che ne faranno.

C'è di più. Gates, Bezos, Zuckerberg, e prima e molto di più, Jobs, sono i profeti contemporanei. Guru della vita digitale. Anche le loro parole pesano. Non solo le loro idee, le loro straordinarie scoperte. La politica li corteggia. Contrastarli significa perdere voti, oltre che apparire maledettamente «fuori dal tempo». Tra le città che fanno a gara per ospitare la nuova sede di Amazon ve ne sono alcune disposte addirittura a cambiare nome. E questo spiega anche perché così a lungo si è tollerato che i giganti del web non venissero tassati, che potessero vivere, applauditi, in una sorta di paradiso fiscale mondiale. Solo adesso, faticosamente, l'Unione europea si avvia a prevedere una forma d'imposta societaria che contrasti un'elusione diffusa.

Nell'era delle *fake news* o della post verità qualcosa però sta cambiando. E forse un punto di svolta è stato l'audizione dei rappresentanti di Facebook, Alphabet e Twitter al Congresso americano nell'indagine sulle possibili interferenze russe nelle ultime elezioni americane. Al Congresso non sono

andati i grandi capi, ma i responsabili legali. Fosse accaduto per le multinazionali classiche l'indignazione sarebbe stata maggiore. Una mancanza di rispetto istituzionale che non sarebbe scivolata via. Sono emerse responsabilità per i troppi falsi *account* tollerati in Rete, molti dei quali prodotti dalla fabbrica dei falsi di San Pietroburgo. Come Jenna Abrams, vera dominatrice dei *social* degli ultimi anni, molto seguita per le sue tesi ultraconservatrici. Semplicemente non esisteva. Era un'invenzione russa. Un *troll* come «Heart of Texas» che invitava gli abitanti di Houston a ribellarsi contro l'islamizzazione del Paese. Cittadini americani scesi in piazza veramente su una sollecitazione virale degli *hacker* del Cremlino. Il colmo. Gli esempi sono numerosi. Certo Jenna, che ha ingannato persino un ex ambasciatore americano a Mosca, faceva molti contatti. Quelli che alla fine contano per gli affari dei giganti del web.

Mark Zuckerberg, creatore di Facebook, ha commentato che gli investimenti in sicurezza e controlli comporteranno un andamento degli utili «meno brillante». Il successo, meritato, qualche volta fa perdere il contatto con la realtà. Dopotutto si tratta di fare solo qualche assunzione in più, di impiegare gli algoritmi per la sicurezza, non solo per il business. Creavano più posti di lavoro le vecchie e odioate multinazionali. E soprattutto si tratta di accettare l'idea che un *social network*, il cui ruolo è ormai essenziale in una democrazia moderna, non è più una semplice piazza virtuale. E una responsabilità per i contenuti qualcuno prima o poi bisogna che se l'assuma. Altrimenti le elezioni le vincono i *troll*.



FESTIVAL CITTA' IMPRESA

# LE FAKE NEWS

## Lotta alle bufale del terzo millennio «Verità della notizia, bene da tutelare»

Falsità online: dialogo fra il direttore del *Corriere della Sera* Luciano Fontana e il rettore della Luiss Paola Severino

Bisogna  
eliminare  
l'anonimato  
che è fonte  
di irrespon-  
sabilità.  
Dalle  
notizie false  
non ci  
si può  
difendere

Per noi è  
uno stimolo  
per fare  
giornalismo  
serio, indi-  
pendente  
e originale,  
garanzia  
per il Paese  
e per la sua  
democrazia

**Paola  
Severino**  
Rettore  
Università  
Luiss Roma

**Luciano  
Fontana**  
Direttore  
*Corriere  
della Sera*

di **Fabio Paravisi**

A un certo punto a qualcuno scappa la parola «bufala». Ma, sono gli stessi relatori a ricordarlo, il termine risale ai tempi in cui le notizie false erano spacciate nei bar e nelle portinerie. Oggi «il bar è diventato globale e le notizie false possono fare molti più danni». «I fatti non sono più la priorità — ha detto il rettore di Bergamo Remo Morzenti Pellegrini —: oggi si punta a catturare emotivamente l'attenzione dei lettori». Ecco perché è alle «fake news» e al loro «fantasma» che Città Impresa ha dedicato il dibattito con il direttore del *Corriere della Sera* Luciano Fontana e il rettore dell'Università Luiss di Roma Paola Severino.

«Si tratta di informazioni false prodotte in maniera malevola e organizzata, per motivi economici e politici — è la definizione da cui è partito Fontana —. La disinformazione è organizzata, 1,6 miliardi di persone nel mondo sono connesse ogni giorno su Facebook e il 63% dei giovani si informa dalla Rete con notizie spesso non verificabili e difficilmente riparabili». «Abbiamo a che fare con le fake news, che sono notizie false con ac-

centuazione dolosa o di colpa grave — distingue, da giurista, Severino — ma anche con la post verità, che colpisce il sentimento delle persone, e su cui sono state basate le campagne elettorali di Trump e della Brexit». Da qui si parte per capire i punti critici, le conseguenze e i possibili rimedi. «La rivoluzione digitale è fantastica, ci sentiamo connessi a milioni di persone — avverte Fontana — ma in realtà siamo in comunità troppo identiche a noi, alle quali veniamo convogliati dagli algoritmi. Così non ci sono le condizioni per la crescita del giudizio critico. Così come io non vorrei mai avere intorno solo persone che mi danno sempre ragione, non vorrei nemmeno avere a che fare con un'informazione che riflette solo quello che penso, pregiudizi compresi». Con un'aggravante, ricorda Severino: «L'anonimato è la fonte dell'irresponsabilità su vari livelli, si sente di poter fare quello che si vuole. Bisogna eliminare l'anonimato in tutte le sue articolazioni, compresi i bitcoin che servono alle transazioni illecite».

Il problema è che contro le notizie false non ci si può difendere, continua l'ex ministro: «Quando si interviene ormai la notizia ha percorso mi-

lioni di chilometri, se viene cancellata dal sito principale resta in quelli secondari. E non esiste più diritto all'oblio. Il tutto con l'illusione delle gratuità. Ci può difendere sapendo che c'è sempre chi ci guadagna. E c'è una cosa positiva: viene riattivato il valore del vero rispetto al falso, e si capisce che la verità di una notizia è un valore da tutelare».

Uno stimolo in più per la professionalità di chi si occupa di informazione. «È una battaglia culturale, e per noi un'opportunità per fare giornalismo serio — riassume Fontana —. Lo strumento che monitora il sito del *Corriere* mi sta raccomandando il modo per avere il massimo dei contatti: le ultime performance di Belen, le gallery dei gattini e le liti della Maionchi. Sappiamo che questa è un'onda inesorabile e che queste cose hanno cento volte più riscontro di un editoriale. Ma noi chiediamo il pagamento al nostro sito perché vogliamo poter fare un'informazione seria, fattuale, indipendente e originale. È una sfida difficile ma che va avanti: una garanzia per la formazione di un Paese e per la sua democrazia. Vogliamo pensare che nel mare tempestoso delle informazioni ci sia un'ancora cui aggrapparsi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



# “Attenti alle fake news educhiamo i giovani c’è tanta spazzatura”

Il giornalista  
Paolo Pagliaro  
presenta “Punto”  
sui problemi  
dell’informazione

SIMONE MOSCA

**A**TAVOLA osserva i figli adolescenti indagare la verità sullo schermo traditore dei cellulari e ogni sera puntuale una vibrazione segnala una notifica: è arrivata la notizia. «E sarà il mestiere, sarà che sono pignolo io, ma quasi sempre è la bufala sparata da un sito pattumiera, così ho deciso di scrivere un libro per insegnare loro a controllare i fatti». Convie-  
ne leggerlo perché non tutti chiamano papà lo scrupoloso Paolo Pagliaro, giornalista e autore di *Punto. Fermiamo il declino dell’informazione* (Il Mulino), che rimanda all’editoriale tv che chiude 8 e mezzo, il programma cofirmato con Lilli Gruber. Dentro c’è la disamina dei tanti mali che affliggono i media e le notizie al tempo di internet, e qualche idea sulla cura. Oggi alle 18 Pagliaro sarà al Teatro Franco Parenti.

**Pagliaro, accusa la stampa di soffrire della sindrome di Stoccolma.**

«I media tradizionali sono la vittima che ama il proprio carnefice. Non c’è giorno in cui non venga tirata in ballo l’opinione sui social, il sentimento del popolo della rete. È un approccio pigro, citare la rete è vago, è sintomo di sciatteria. Quale rete? Quali e quanti commenti? Uso una metafora dura, ma è come considerare una fonte attendibile le scritte sui muri di un gabinetto. E tra l’altro si nobilita quello che in termini economici è il peggior nemico dell’informazione professionale».

**Smonta anche il famoso uno vale uno, cavallo di battaglia Cinque Stelle.**

«In apparenza è un principio nobile, il simbolo di una larga partecipazione democratica. Alla prova dei fatti è uno slogan usato per scardinare la democrazia rappresentativa, dove uno non vale mai uno né in termini di quantità né di qualità. La partecipazione online dovrebbe arricchirci, invece umilia le professionalità. Penso ai medici e alla diabolica presunzione di chi pensa di potersi curare da solo. Discorso uguale per i giornalisti».

**Che però non sono santi.**

«Il primo problema è la saturazione del mondo dell’informazione. Saturazione di fonti, di offerta. Cito Borges, riteneva che nel Medioevo almeno quei pochi libri che circolavano si leggevano davvero. Noi abbiamo il compito di imparare a farci nuove domande, dobbiamo raffinarci e diventare più selettivi».

**Intanto ai giornalisti si danno testate.**

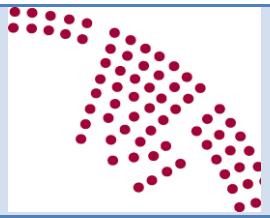
«Non viviamo l’apice della nostra popolarità, il caso di Ostia è sintomatico. Dobbiamo ritrovare il senso di responsabilità. Penso alle troppe trasmissioni che piegano la realtà alla propria sceneggiatura. Ma anche all’idea malsana che l’unico giornalismo possibile sia quello ossessivo delle Iene. Invece ce n’è anche uno fatto di studio, fatica, ricerca. Funziona se non lo si veste a noia».

**Nonostante il quadro, rimane ottimista.**

«Guardo solo ai fatti, bisogna ripartire dalla realtà delle cose. E allora ripensiamo gli algoritmi dei colossi di internet che monopolizzano gli investimenti pubblicitari, impediamo che venga premiata la spazzatura. La tecnologia già c’è, che seguano anche le leggi. E poi investiamo. Il Washington Post ha assunto centinaia di inviati e oggi, in attivo, attira lettori giovani. Soprattutto educhiamo i giovani alla buona informazione. Anche chi non è figlio di Pagliaro il pignolo».

©RIPRODUZIONE RISERVATA





## 2017

44	15/08/2017	02/11/2017	L'INCHIESTA SULLA MORTE DI GIULIO REGENI
43	18/10/2017	27/10/2017	LA RIFORMA DELLA LEGGE ELETTORALE (IV)
42	06/09/2017	23/10/2017	IL REFERENDUM AUTONOMISTA IN LOMBARDIA E VENETO
41	07/09/2017	17/10/2017	LA RIFORMA DELLA LEGGE ELETTORALE (III)
40	01/10/2017	12/10/2017	LA CATALOGNA E IL REFERENDUM PER L'INDIPENDENZA
39	11/09/2017	06/10/2017	IL DIBATTITO SULLO IUS SOLI (II)
38	25/09/2017	28/09/2017	LE ELEZIONI IN GERMANIA: RISULTATI E ANALISI DEL VOTO
37	05/08/2017	22/09/2017	LE ELEZIONI IN GERMANIA
36	08/06/2017	03/08/2017	L'UNIVERSITA' IN ITALIA
35	03/07/2017	03/08/2017	DIBATTITO SULL'ABOLIZIONE DEI VITALIZI
34	09/06/2017	03/08/2017	RIFORMA DELLA LEGGE ELETTORALE II
33	15/06/2017	02/08/2017	IL DIBATTITO SULLO IUS SOLI
32	18/04/2017	26/07/2017	IL SALVATAGGIO DI ALITALIA
31	08/06/2017	12/07/2017	VACCINI II
30	28/06/2017	10/07/2017	IL CODICE DELLE LEGGI ANTIMAFIA
29	04/03/2017	22/06/2017	BREXIT (IV)
28	07/06/2017	13/06/2017	ELEZIONI IN GRAN BRETAGNA
27	27/04/2017	08/06/2017	LA RIFORMA DELLA LEGGE ELETTORALE
26	13/04/2017	06/06/2017	VACCINI I
25	14/05/2017	30/05/2017	IL VERTICE G7 DI TAORMINA. EUROPA E TRUMP
24	12/05/2017	24/05/2017	ELEZIONI PRESIDENZIALI IN IRAN
23	13/04/2017	18/05/2017	IL CASO ONG - MIGRANTI
22	08/05/2017	10/05/2017	MACRON PRESIDENTE
21	24/04/2017	05/05/2017	ELEZIONI IN FRANCIA II
20	01/03/2017	21/04/2017	ELEZIONI IN FRANCIA
19	11/03/2017	14/04/2017	FINE VITA / TESTAMENTO BIOLOGICO II
18	19/11/2016	25/03/2017	ECONOMIA E CRESCITA
17	01/01/2016	21/03/2017	CONFISCA DEI BENI MAFIOSI E CODICE ANTIMAFIA
16	11/01/2017	19/03/2017	VULNERABILITA' INFORMATICA E CYBERSICUREZZA
15	02/01/2017	10/03/2017	L'UE ALLA VIGILIA DEL 60 ANNIVERSARIO TRATTATI DI ROMA
14	18/09/2016	10/03/2017	FINE VITA E TESTAMENTO BIOLOGICO
13	02/07/2016	09/03/2017	IL MERCATO DEL LAVORO E I QUESITI REFERENDARI
12	24/01/2017	02/03/2017	BREXIT (III)
11	01/10/2016	01/03/2017	GIOCO D'AZZARDO E LUDOPATIE
10	17/11/2016	17/02/2017	POST-VERITA'
9	16/06/2015	09/02/2017	IUS SOLI
8	13/01/2017	08/02/2017	LA CRISI DEL SISTEMA CREDITIZIO (II)
7	24/01/2017	31/01/2017	LA MORTE DI GIULIO REGENI
6	26/01/2017	27/01/2017	LA SENTENZA DELLA CORTE COSTITUZIONALE SULLA LEGGE ELETTORALE
5	09/03/2016	22/01/2017	FEMMINICIDIO
4	10/09/2016	19/01/2017	CYBERBULLISMO
3	15/07/2016	18/01/2017	LA POVERTA' IN ITALIA
2	10/12/2016	12/01/2017	LA CRISI DEL SISTEMA CREDITIZIO
1	13/12/2016	30/12/2016	IL GOVERNO GENTILONI

## 2016

43	08/11/2016	15/12/2016	IL TERREMOTO IN CENTRO ITALIA (II)
----	------------	------------	------------------------------------