

# FAKE NEWS

v:Scuola

in collaborazione con

**Giornalettismo**



[aequa.tech](https://aequa.tech)

# Indice

## PREMESSA

### CAPITOLO 1 – COS'È UNA NOTIZIA FALSA

- 1.1 Instagram, abbiamo un problema!
- 1.2 TikTok, anche il video può mentire?

### CAPITOLO 2 – QUALI SONO LE PRINCIPALI FONTI DELL'INFORMAZIONE?

- 2.1 Come si scrive un articolo
- 2.2 La meraviglia del dubbio

### CAPITOLO 3 – I RISCHI CHE CORRE UN CITTADINO DISINFORMATO

- 3.1 I problemi della disinformazione nella vita offline
- 3.2 I problemi della disinformazione nella vita online

### CAPITOLO 4 – COME PROTEGGERSI DALLE FAKE NEWS

- 4.1 Socialmente consapevoli
- 4.2 Wikipedia non è la Bibbia
- 4.3 E a volte ci cascano anche i giornali

### CAPITOLO 5 – L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE È BUONA O CATTIVA?

### CAPITOLO 6 – MA COME FUNZIONA L'AI?

- 6.1 Principi base dell'AI
- 6.2 Come si sviluppa l'AI
- 6.3 Che materie scolastiche servono per diventare “un esperto” di AI?

Sei sul divano di casa. O in metro. O su una panchina insieme ai tuoi compagni di classe. Magari ti annoi, magari fai un gesto meccanico: metti la mano in tasca e tiri fuori il tuo smartphone. Inizi a scrollare i Per Te di TikTok, a saltare da un reel all'altro su Instagram. Ti sei mai chiesto se quello che il social network ti propone sia tutto vero? Risponderai: "Ma c'è il video". Oppure: "Ho visto la foto". Non sorprenderti se ti diciamo che, oggi, non basta più. Tutti possono alterare un video o un'immagine. Tutti possono raccontare una storia che nulla ha a che fare con il contesto a cui appartengono quello stesso video o quella stessa immagine. Vuoi un esempio?





Gubbio è una cittadina dell'Umbria. Il 21 ottobre 2022, WhatsApp e Telegram erano letteralmente in fiamme. Qualcuno aveva condiviso foto e notizie di una cena da incubo in un ristorante di pesce. Si parlava di decine di persone in ospedale e di intossicazioni alimentari. Dalle app di messaggistica, la notizia è arrivata sui social: battutacce su Twitter, video su TikTok, meme su Instagram. Poi, il "contagio" ha toccato anche i giornali e i siti di news. **Tutti, quel 21 ottobre 2022, erano convintissimi che a Gubbio fosse accaduto qualcosa di tragicomico. Non era vero niente:** non c'era stata nessuna intossicazione, nessuna tragedia di paese. Le foto che circolavano? Non erano altro che vestiti di Halloween messi in vendita su un sito specializzato americano. Eppure, tu dirai, ne hanno parlato i giornali. Non possiamo fidarci nemmeno dei professionisti dell'informazione?

Per tanto tempo si è parlato di fake news e di bufale. Ma sono definizioni che rischiano di non dare la corretta dimensione del problema (pensandoci, non trovi che questi termini siano un po' troppo leggeri e spiritosi?). Chi analizza questi fenomeni, invece, parla di "**disordine informativo**"<sup>1</sup>. Così, forse, la questione sembra un po' più seria. Pensa a questa frase: "Viviamo in un'epoca di disordine informativo". Non ti sembra di ritrovarti in mezzo a un problema molto grave, contro cui bisognerebbe lottare con tutte le nostre forze? Non ti viene voglia di dare un contributo attivo affinché le cose cambino?

1. Claire Wardle e Hossein Derakhshan, [Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking](#)

In queste pagine, ti spiegheremo come fare – quando sei sul divano di casa, in metro, su una panchina con i tuoi compagni di classi e guardi un video sul tuo smartphone – per dare una sistemata a questo “disordine informativo”. Come piegare i vestiti in una cameretta sporca e piena di caos. Come rimettere in piedi tutti i libri e tutti gli oggetti che sono caduti dallo scaffale. Uno strumento, almeno, per dire: “questo è vero”, “questo è impossibile”, “**questo può essere ma devo verificare**”, “questo non esiste”, “questo è stato generato dall’intelligenza artificiale”. Qualche suggerimento per dare il tuo contributo per un mondo con informazioni più ordinate.



# 1 Cos'è una notizia falsa

Mentire - diciamoci la verità - è qualcosa di molto comune. **Si cerca sempre di dare una versione diversa della storia**, anche a costo di inventarne interi pezzi. C'è chi lo fa per una sorta di meccanismo di difesa, c'è chi lo fa semplicemente per confondere le acque, c'è chi lo fa per motivi di propaganda. Le notizie false sono vecchie quanto l'uomo e sono nate ben prima di internet. Eppure, da quando la nostra vita è diventata quasi completamente digitale, il fenomeno del disordine informativo è cresciuto tantissimo. **Perché?**



Innanzitutto, perché **trascorriamo molto tempo in compagnia dei nostri smartphone**. Vuoi sapere quante ore della nostra giornata passano tra un video di TikTok e un reel di Instagram<sup>2</sup>? Nel 2023, un report ha stimato che il tempo trascorso su internet da un utente medio è di **6 ore e 37 minuti**. Ovviamente, più si è giovani e maggiore è il tempo trascorso su internet e sui social network. TikTok è la piattaforma che tiene l'utente maggiormente incollato al telefono: 23 ore e mezza al mese, seguito a ruota da YouTube (23 ore e 9 minuti al mese). Questo significa che, al giorno, mediamente si trascorrono 47 minuti su TikTok. E se consideriamo che, sulla piattaforma, ci sono video che si aggirano intorno al minuto, capiamo bene quanti contenuti vengono intercettati quotidianamente. In un contesto come questo, è normale che la possibilità di imbattersi in un video falso, in una notizia falsa data da un creator, in una immagine modificata dall'intelligenza artificiale sia molto più alta. Ecco perché **oggi percepiamo molto di più il "disordine informativo"**.



Ma che cos'è una **notizia falsa**? Possiamo definirla come:

- un fatto che non si è mai verificato;
- che si è verificato in maniera diversa da come viene raccontato;
- che si è verificato in un altro momento storico (o in un altro luogo) e viene, invece, contestualizzato nel presente (o in un altro spazio geografico).

Difficile dire quale delle tre tipologie di notizia falsa sia più pericolosa. Sicuramente, si può capire – dal punto di vista giornalistico – quale sia più complessa da individuare. **Un fatto che non si è mai verificato è relativamente semplice da scoprire, se si seguono le regole base dell'informazione.**

Bisogna recarsi sul posto, telefonare a chi si trova in quel luogo, contattare le autorità competenti: se si fanno queste operazioni, un fatto che non si è mai verificato può essere smascherato in un tempo relativamente breve.



Più difficile, invece, è stabilire quando **un fatto viene raccontato in maniera diversa da come si è effettivamente svolto**. Il problema di base è che, in questo caso, qualcosa di vero c'è, ma questa verità è stata alterata da un punto di vista, da una narrazione, da un pettegolezzo, dalla modifica a una fotografia, da un taglio di un video, da una interpretazione distorta.

Il giornalista che si trova di fronte a un fatto raccontato in maniera diversa da come si è svolto ha una difficoltà in più: capire quali elementi sono veri, quali elementi sono falsi, quali fonti possono essere considerate attendibili, quali immagini o video corrispondono a ciò che si è verificato e quali, invece, sono i passaggi che sono stati alterati. Insomma, qui non si tratta di distinguere ciò che è bianco da ciò che è nero, ma di saper leggere le sfumature. Infine, il problema della **decontestualizzazione**. Anche qui c'è un fatto che si è effettivamente verificato. Tuttavia, il problema sta nel collocarlo nello spazio e nel tempo giusti.

Il giornalista deve ricercare dei riferimenti, delle notizie d'archivio, dei punti cardinali che possono aiutarlo a restituire il fatto alla sua dimensione. Si tratta di un altro caso particolarmente difficile di "disordine informativo" ed è, ancora una volta, qualcosa che solo i professionisti dell'informazione possono risolvere. Quando guardiamo un video su TikTok o su Instagram bisogna sempre **porsi delle domande**: siamo sicuri che questo fatto sia vero? Siamo sicuri che questo fatto si sia verificato esattamente come questo utente che ha pubblicato il contenuto ce lo descrive? Siamo davvero sicuri che si sia verificato oggi, in quella determinata città? Il dubbio è sempre il primo punto di partenza di un cittadino consapevole. Se si hanno dei dubbi, se si prova a essere critici con le immagini che osserviamo, con le notizie che leggiamo, con i video che ci vengono proposti sui social network, capiamo bene che avremo un'arma in più per difenderci.




## 1.1 Instagram, abbiamo un problema!

Per farti capire come il disordine informativo possa inquinare anche le nostre convinzioni più basilari, ti facciamo un esempio di un qualcosa che è successo davvero e che ha a che fare con gli uccelli. Come reagiresti se ti dicessero **che gli uccelli, in verità, non sono reali**, che il governo degli Stati Uniti nell'ultima parte del XX secolo li ha uccisi tutti e li ha sostituiti con sofisticati droni che ci controllano e che si ricaricano grazie ai fili dell'alta tensione che vanno da un traliccio all'altro? Non ti stiamo prendendo in giro. Questa storia è esattamente ciò che, attraverso i suoi social network (Instagram in particolare), un giovane ragazzo americano (che, nel 2017, aveva 19 anni) ha raccontato a migliaia di persone. Peter McIndoe aveva partecipato a una manifestazione di sostenitori dell'ex presidente americano Donald Trump e aveva scritto un cartello che recitava *Birds aren't real* – Gli uccelli non sono reali.

Da lì, aveva postato una foto dopo l'altra sui social, aveva creato una pagina (su Instagram, al momento, ha più di 400mila followers), aveva raccontato questa strampalata teoria, l'aveva accompagnata con foto di piccioni e corvi disposti sui tralicci dell'alta tensione. Aveva – cosa incredibile – iniziato a raccogliere seguaci che, per qualche motivo, **credevano a questa teoria**. Un piccolo dettaglio: Peter McIndoe non ci credeva affatto. Aveva creato tutto questo semplicemente per una sorta di esperimento sociale: in quanti si sarebbero bevuti la storia degli uccelli-droni? Fino al 2021, quando il più importante giornale americano – il New York Times<sup>3</sup> - decise di intervistare McIndoe, tantissime persone avevano diffuso queste informazioni come se fossero vere e documentate. Nel 2021, di fronte a una giornalista, McIndoe dichiarò di non aver mai creduto alla sua stessa teoria e che, attraverso questa, aveva voluto misurare **l'impatto della disinformazione sui social network**.





Perché, su Instagram, questa storia ha trovato il suo terreno fertile? L'algoritmo del social network ha avuto sicuramente un ruolo in tutto questo. Se un utente è più portato a soffermarsi su video complottisti, su post che ci dicono che sono i poteri forti a governare il mondo, su stories che mostrano oggetti di metallo che si incollano al braccio dopo il vaccino (sì, è successo di vedere anche questo!), allora l'algoritmo di Instagram sarà portato a suggerire contenuti simili, a consigliare pagine da seguire che parlano di questi temi. Chi finisce in questo loop si costruisce – ogni volta che decide di seguire un account complottista, ogni volta che mette like a un post o che condivide un video di questo tipo nelle sue stories – una sorta di “bolla” dalla quale sarà sempre più difficile uscire. Chi sta nella “bolla” sarà più propenso a credere a storie come quella degli uccelli che non sono reali, anche se palesemente false e costruite apposta per attirare click e consenso. Se l'utente, alla fine, preferisce questo tipo di informazione basata su Instagram alla lettura dei giornali, alla visione di programmi di approfondimento, di documentari, di materiali realizzati da professionisti, avrà una percezione distorta della realtà.

Sarà sempre più “utente”, appunto, e sempre meno “cittadino” consapevole, con il rischio di dare peso alla “bolla” che si è costruito anche nelle azioni che più lo identificano come cittadino: il confronto, la frequentazione delle istituzioni, il voto, le scelte fatte ogni giorno in luoghi pubblici. In tanti si sono posti questo problema e in tanti lo hanno fatto notare a Instagram. Il Senato degli Stati Uniti ha chiesto a ricercatori universitari di analizzare il fenomeno della disinformazione sui social network e ha evidenziato che quest'ultima, ad esempio, ha avuto un ruolo importante nel condizionare i cittadini al momento del voto. Instagram – che è un social network di proprietà di Meta, l'azienda che ha fondato Facebook – ha risposto con alcune contromisure, spiegando di aver rafforzato la propria vigilanza contro le notizie false. Tuttavia, queste ultime sono talmente tante e talmente diverse che possono sfuggire ai controlli. Non possiamo più essere sicuri che il social network ci protegga dalle fake news. Dobbiamo essere noi a creare degli anticorpi a questa vera e propria epidemia di disinformazione. La medicina migliore, come ti abbiamo già detto, è il dubbio: farsi una domanda dopo ogni swipe tra una IG Story e l'altra.

## 1.2 TikTok, anche il video può mentire?

Un video è un video, ci dirai. Se lo vedi, non puoi dire che quello che sta accadendo in quella sequenza di immagini sia falso. I colori sono quelli, la sequenza dell'azione è quella, le parole dette e pronunciate sono quelle. Come si può smentire quello che succede in un video? Eppure, non devi stupirti se, nell'epoca del "disordine informativo", queste cose non sono poi così scontate. Ti facciamo un esempio. Forse conoscerai Ana Stansovsky. O forse non conoscerai il suo nome, ma ti sarà capitato di vedere un suo video su TikTok. Non è difficile, del resto: ha oltre 650mila followers e alcuni suoi video superano le 40 milioni di visualizzazioni. A volte, potrebbe essere finito tra i tuoi "Per Te". Insomma, lei qualche tempo fa ha fatto molto discutere. All'improvviso, si è presentata di fronte al suo smartphone e alla sua ring light con un enorme tatuaggio sulla fronte. C'era scritto "**Kevin**", il nome del suo fidanzato.

Lei ha spiegato perché aveva fatto questa scelta e aveva continuato, per diverso tempo, a girare video in cui si mostrava con questa grande scritta sulla fronte. A un certo punto, tutti credevano che la giovane avesse davvero il nome del ragazzo tatuato sulla fronte, in bella vista. Per questo **l'hanno criticata, l'hanno attaccata**, le hanno scritto di tutto nei commenti ai video su TikTok. Secondo te, questo tatuaggio era vero o era falso? In uno dei suoi contenuti diventati, ormai, più celebri, Ana si è mostrata ancora una volta davanti alla telecamera del suo smartphone con la scritta "Kevin" ben evidente sulla fronte. Questa volta, però, lo ha fatto per spiegare che i video precedenti avevano generato un vero e proprio caso di informazione confusionaria. Semplicemente perché partivano da una **premessa falsa: il tatuaggio non era vero**. La creator da 650mila followers ha preso una salviettina umida e ha cancellato letteralmente il nome "Kevin" dalla sua fronte.





Ma allora – dirai – che senso avevano i video realizzati fino a quel momento? Ana voleva lanciare un messaggio alla sua community: i tatuaggi sono una scelta da non fare a cuor leggero, perché non si torna più indietro. Lei – che pure ha tatuaggi sulle braccia, sulle gambe, sul petto – ha detto di essersi pentita di alcuni tattoo eccessivi e di voler **condividere questa sua sensazione**: se ti puoi pentire di un tatuaggio fatto sul braccio, figuriamoci di quello del tuo fidanzato stampato ben in evidenza sulla fronte. Ok, tutto bellissimo. C’era anche il risvolto sociale. Ma facciamoci una domanda: per come viene utilizzato TikTok, quante possibilità ci sono che un utente a caso abbia visto il video del tatuaggio sulla fronte e non quello in cui si dice che era tutta una messinscena? Quell’utente sarà convinto per sempre che una ragazza-creator di nome Ana abbia un tatuaggio sulla fronte con il nome del suo fidanzato. Magari troverà la cosa interessante, penserà “quasi quasi potrei farlo anch’io”, magari correrà da un tatuatore per seguire quella che potrebbe benissimo essere una delle ultime tendenze che attraversano le piattaforme social.

TikTok non è un social network che ti mostra sempre gli stessi volti: il segreto dei “Per Te” è proprio quello che all’utente viene mostrato qualcosa di inaspettato, di diverso, di nuovo. È molto facile, con questo meccanismo, perdersi i pezzi delle storie, avere delle **visioni parziali della realtà** che viene raccontata attraverso i video. In questo caso, qualcuno potrebbe addirittura aver fatto l’esatto opposto di quello che Ana voleva comunicare attraverso il suo esempio. Quindi, sì: **anche un video può mentire**. Dipende con quale inquadratura è stato girato, con quale prospettiva, quali “oggetti di scena” sono stati utilizzati, quanto è sincero il racconto di chi viene ripreso. Per non parlare dei video – ma ci arriveremo più avanti – che sono stati alterati dalle ultime tecnologie di intelligenza artificiale, il cosiddetto video “deep fake”. Un vecchio modo di dire recita: “Se non vedo, non credo”. Ecco, sappi che – nell’epoca del “disordine informativo” – **anche vedere può non bastare per credere**.

## 2 Quali sono le principali fonti dell'informazione?

Scommettiamo che ti sei trovato più volte di fronte a questa situazione che stiamo per descriverti? Sei a tavola, in famiglia o con amici. Parli del video che hai visto qualche ora prima su Instagram o su TikTok. Ti ha colpito molto, perché quel video mostra un fatto stranissimo. Qualcuno, a tavola, ti chiede: "Ma dove lo hai visto?". La tua risposta, a quel punto, sarà: "L'ho visto su Instagram". Oppure: "L'ho visto su TikTok". Pensi di aver risposto correttamente alla domanda? **Quando dici a qualcuno di aver visto qualcosa su Instagram o su TikTok stai dando una informazione parziale.** Chiunque potrebbe caricare un video su Instagram e su TikTok, chiunque potrebbe avere un account. Per questo è importante capire chi ha postato il video che hai "visto su Instagram" o che hai "visto su TikTok". È un esempio utile per introdurre il concetto di "fonti dell'informazione".

source n.

source of

**La fonte è il punto zero da cui parte una notizia:** chi dice, per primo, che quel fatto si sia effettivamente verificato. Quando internet non era così diffuso, quando trascorrevano un po' di tempo tra l'accaduto e il suo racconto, le fonti dell'informazione si potevano contare sulle dita di una mano. Facciamo un esempio. Immaginiamo che, durante un allenamento, un calciatore di Serie A si fosse infortunato. Come fa questa notizia ad arrivare sui giornali e sui siti di informazione? Può essere che, a quell'allenamento, stesse partecipando l'inviato per la pagina sportiva di un determinato giornale: ha visto il calciatore cadere, fare smorfie, uscire in barella. Lo stesso inviato, magari, ha parlato con il medico della squadra che ha fornito una prima diagnosi dell'infortunio. Può anche aver parlato con l'allenatore, ad esempio, e aver ottenuto da lui informazioni su chi sostituirà il calciatore infortunato nella partita successiva. Il giornalista che ha assistito al fatto, il medico che ha prestato il primo soccorso al calciatore, l'allenatore: sono tutte **fonti primarie dell'informazione**.

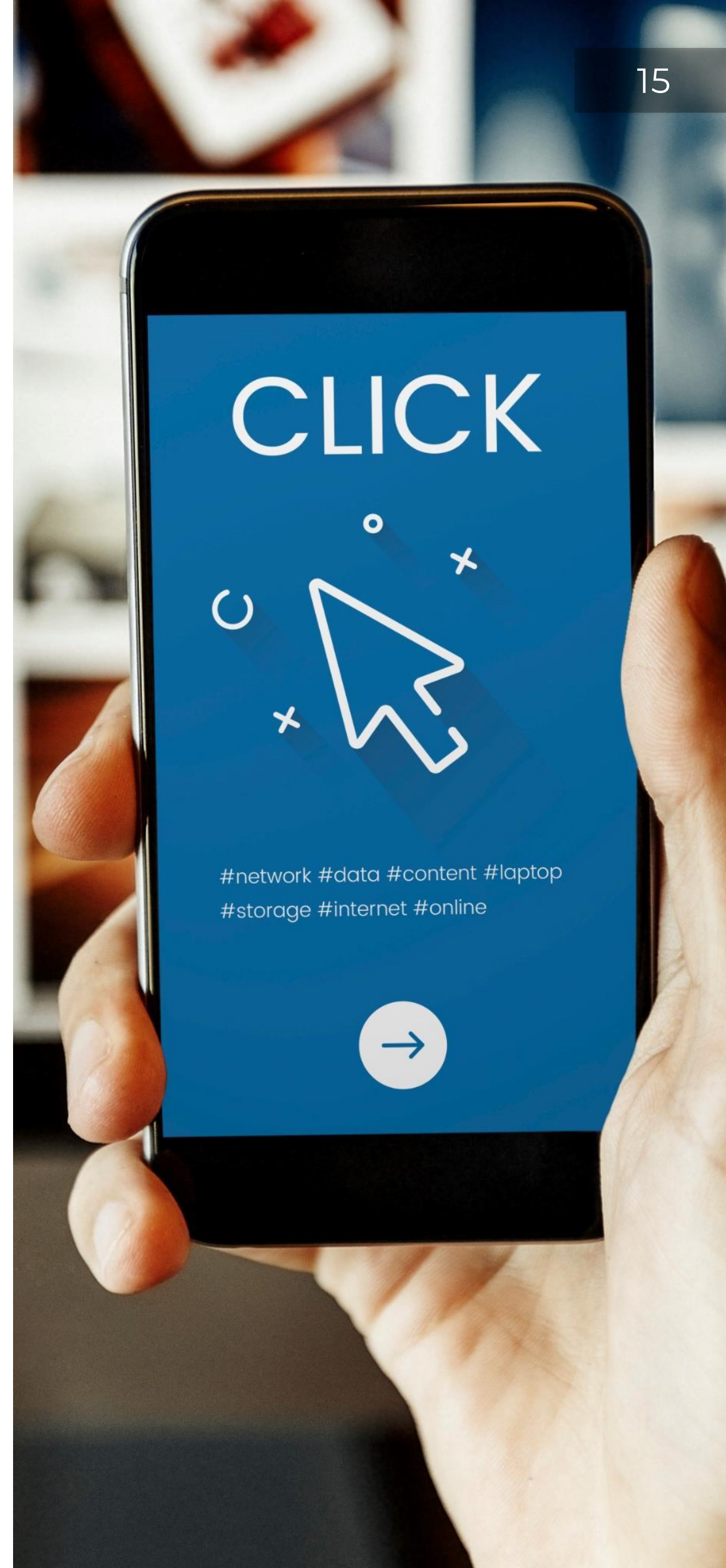


Tuttavia, non capita spesso che gli allenamenti delle squadre di calcio siano a porte aperte. Ecco, quindi, che un giornale o un sito di news può ottenere l'informazione dell'infortunio di un calciatore per via **indiretta**. Le squadre di Serie A hanno tutte un ufficio stampa, che ha il compito di fare da mediatore nelle comunicazioni tra la squadra e il mondo esterno. Una volta avuta la conferma dell'infortunio del calciatore, l'ufficio stampa potrà scrivere un comunicato che verrà condiviso con agenzie di stampa e giornali: così si verrà a scoprire l'informazione e tutto ciò che la squadra ha intenzione di spiegare al mondo esterno. Magari potrà dire il nome del calciatore infortunato, ma non il periodo di tempo della sua convalescenza, né con quale altro compagno di squadra verrà sostituito nella partita successiva. In questo caso, parliamo di **fonti intermedie**: non c'è stata una diretta conoscenza del fatto, ma i giornali ne parlano perché qualcuno glielo ha riportato, secondo le modalità (e dando le informazioni) che più preferisce.

Oggi, però, con internet e con la potenza degli smartphone ci sono molte più possibilità che **una notizia del genere arrivi nelle redazioni dei giornali attraverso altri percorsi**.

Immaginiamo un tifoso che stia sbirciando l'allenamento della sua squadra dall'esterno del campo d'allenamento. Si accorge che uno dei calciatori è a terra dolorante: prende il suo smartphone e gira un video (magari a una risoluzione bassa o da un'angolazione non propriamente ideale per capire quello che sta succedendo). Poi, apre il suo account su Twitter (o su Instagram, o su TikTok) e posta quel video, magari senza dare nemmeno altri dati di contesto. Quel video deve essere considerata una "fonte di informazione"? E qui torniamo alla domanda iniziale. Se un giornalista intercetta un video su un social network non può certo rispondere al suo caporedattore: "L'ho visto su Instagram" o "L'ho visto su TikTok". Prima di dare la notizia deve **verificarne l'autenticità**. Deve contattare, magari, l'utente che ha girato quel video e chiedergli di contestualizzarlo. In più, dovrà fare necessariamente un passaggio con la squadra e con il suo ufficio stampa – se questo, nel frattempo, non ha fornito informazioni in proposito – per chiedere conferma dell'avvenuto infortunio.

Può approfondire le dinamiche dell'infortunio consultando persone di fiducia che lavorano o che hanno contatti all'interno della squadra di calcio. Soltanto quando ha raccolto tutte queste conferme, quindi, può ritenere quel video una "fonte dell'informazione" e – di conseguenza – pubblicare un articolo. Molto spesso, oggi, questi passaggi non vengono fatti. Uno dei tanti problemi dell'informazione – soprattutto quella online – è quello di sopravvivere grazie ai click dei lettori. E se una notizia viene battuta per la prima volta ha molte più possibilità di avere un numero elevato di click. Quest'**ansia da prestazione**, dunque, fa in modo che spesso i giornalisti pubblichino video, tweet, post di Instagram senza confermarne l'autenticità. In nome della velocità, si contribuisce al "disordine informativo". Un giornalista, che dovrebbe sempre verificare la fonte di una notizia, si comporta esattamente come te quando, a tavola, ti chiedono: "Ma dove lo hai visto?". E questa è una cosa molto sbagliata.



## 2.1 Come si scrive un articolo

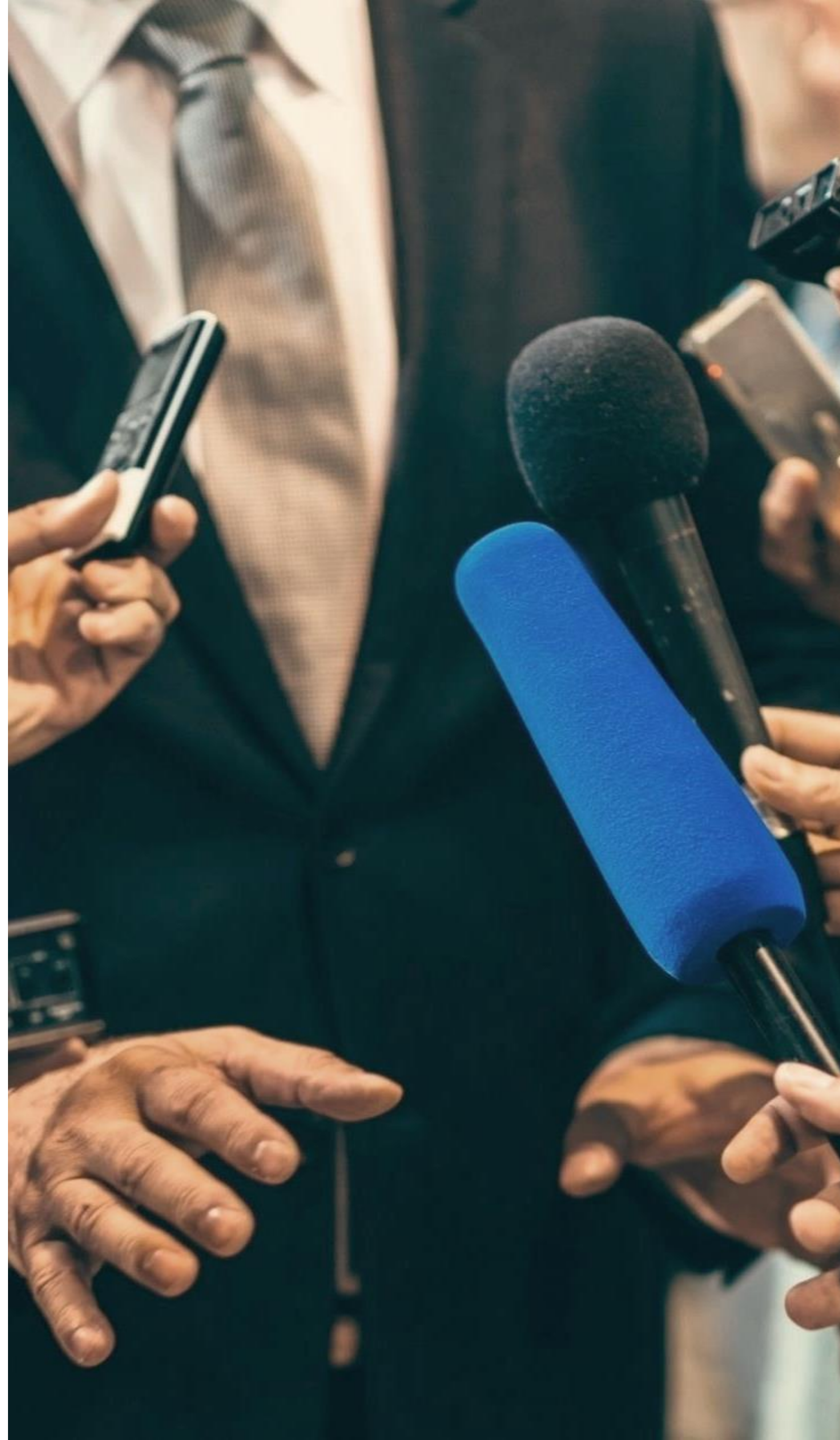
Un articolo di giornale è una cosa molto seria, non soltanto un modo per attirare click o per far vendere qualche copia in più al quotidiano che esce in edicola. Un articolo di giornale, soprattutto all'epoca del "disordine informativo", dovrebbe avere il compito di fornire al cittadino (abbiamo detto "cittadino" non a caso, proprio per differenziarlo dall'utente passivo) una consapevolezza maggiore di quello che succede nella vita reale. **Se il cittadino non trova correttezza, trasparenza, deontologia** (ovvero il rispetto dei doveri che una professione come quella giornalistica impone) **sarà sempre più legittimato a cercare delle altre scorcioie per informarsi.** Il ragionamento che fa è: se un giornalista mi racconta una sciocchezza, in cosa è diverso dall'utente a caso che posta un qualsiasi video o un qualsiasi commento sui social network? Perché dovrei credere a una testata giornalistica più che a un post su Instagram?

Per evitare di arrivare a questo punto – che potremmo definire la morte dei media – occorre spiegare come si scrive un articolo e quanto lavoro si fa per realizzarlo. **Per dare una notizia è necessario verificarla, anche più volte e attraverso più voci.** Attenzione: qui non stiamo parlando delle opinioni (che sono sempre più diffuse su siti di news e quotidiani), ma di fatti. Il calciatore che si è infortunato, ad esempio, ma – differenziando gli ambiti – anche la persona che ha commesso un delitto, la dinamica di un incidente o (peggio) di uno scontro di guerra, il politico che ha firmato una proposta di legge, il calendario degli eventi di una kermesse culturale, l'elenco dei partecipanti a un festival. Visto che tutti possono dire la loro sui social network, che tutti possono postare un video o una foto e che tutti possono avere, almeno potenzialmente, la stessa capacità di raggiungere, attraverso quel contenuto, una vasta platea di pubblico, bisogna capire in cosa è diverso il lavoro di un giornalista.





Partiamo dai **mezzi che un giornalista ha a disposizione**. Solitamente, il giornalista ha accesso alle notizie battute in anteprima dalle agenzie di stampa, ha familiarità con gli uffici stampa di istituzioni, politici, eventi culturali, squadre di calcio. Un giornalista, nel corso del tempo, può aver costruito dei rapporti con le forze dell'ordine che indagano su un delitto; oppure, può essere entrato in relazione con attivisti, realtà sociali e persone che lavorano e operano all'estero, magari in Paesi che si trovano al centro di una guerra e che conoscono bene la realtà in cui vivono. Un giornalista, sempre con il tempo, si costruisce **un'agenda di contatti utili**, che sono a sua disposizione quando ha necessità di chiedere un parere, un'intervista, una dichiarazione, un punto di vista inedito rispetto a un fatto che è accaduto.



Un giornalista può seguire, da una posizione privilegiata, il lavoro che avviene nei palazzi della politica o il dietro le quinte di un evento, può accedere ad aree riservate alle interviste. Soprattutto, **un giornalista può fare domande**. Più è bravo a fare delle domande, maggiore è il numero delle informazioni inedite che riuscirà a fornire ai suoi lettori. Il fatto di avere a disposizione questi strumenti, che invece non sono accessibili a tutti, dovrebbe differenziare il suo lavoro da quello di chi posta semplicemente un video, senza contesto, sui social network. **Tuttavia, il giornalista non è dappertutto**. Può capitare che un cittadino comune o un creator siano in possesso di immagini molto importanti per stabilire come sia andato un fatto (di cronaca, di politica, di esteri, di cultura, di sport) e che la condivisione di queste immagini sui social network possa scatenare grande interesse, interazioni, like, commenti.

Anche da questo punto di vista, tuttavia, **il giornalista può dare un valore aggiunto**: se non accetta acriticamente il video postato dal cittadino comune o dal creator, se si pone delle domande, se fa delle indagini, degli approfondimenti, può restituire una dimensione completamente diversa a quelle immagini. Innanzitutto, come detto, può stabilire se sono vere, se sono state inserite nel giusto contesto, se non sono state fraintese. Ma poi, ha la possibilità di arricchirle con interviste, con opinioni, con dati, rendendo veramente il lettore consapevole di quello che, sui social network, ha solo visto, magari distrattamente. Altre due cose, non scontate. Innanzitutto, il giornalista scrive o parla con chiarezza, offre sempre le informazioni necessarie a stabilire **cosa è accaduto, come è accaduto, perché è accaduto, dove è accaduto, quando è accaduto e chi l'ha fatto accadere**. Infine, il giornalista rispetta dei principi: sa che pubblicare alcune immagini non è funzionale alla corretta informazione, sa che – ad esempio – i minori non devono in alcun modo essere ripresi, sa che non si può dire il falso di una persona, sa che, quando sbaglia, deve prevedere uno spazio per correggersi. Un articolo che parte da questi presupposti rappresenta un valore aggiunto e offre al cittadino uno strumento in più per mettere al suo posto un piccolo pezzetto di mondo.



## 2.2 La meraviglia del dubbio

Dicevamo che il giornalista ha a sua disposizione la facoltà di fare domande. Queste ultime nascono dal **dubbio**, che è il migliore degli atteggiamenti che si possono avere quando ci si trova di fronte a un fatto. È davvero accaduto? Perché è accaduto così? Cosa ha spinto i protagonisti di quel fatto a comportarsi in quel modo? Il dubbio deve guidare il professionista che cerca di ricostruire un fatto nella maniera più vicina possibile alla realtà; il dubbio deve guidare il cittadino che guarda (o che pubblica) un contenuto sui social network. Ti racconto una storia che ti farà capire cosa succede quando un giornalista si pone un dubbio e un utente dei social network no. Nel febbraio 2018, **un passeggero di un Frecciarossa Roma-Milano scrive un lungo post su Facebook** in cui racconta un episodio che si era verificato proprio a bordo del suo treno. Secondo l'utente, un altro passeggero (una persona nera, di cui aveva pubblicato anche una foto) si sarebbe sottratto al controllo della capotreno, perché sprovvisto del biglietto del Frecciarossa e sprovvisto di documenti.

Aveva assistito a parte della conversazione tra la capotreno e la persona in questione. Il resto della conversazione non si era, infatti, svolta davanti ai suoi occhi. All'utente è bastato fidarsi del suo giudizio e di quella parte di conversazione a cui aveva assistito per pubblicare il post su Facebook in cui accusava il passeggero di aver viaggiato da Roma a Milano senza il biglietto del Frecciarossa, ma con un titolo di viaggio di un Interregionale: 4 euro al posto degli 86 euro previsti dalle tariffe di Trenitalia. **Il post aveva avuto centinaia di migliaia di interazioni** ed era diventato uno degli argomenti principali del flusso di informazioni di quella giornata di febbraio 2018. Le sue considerazioni e le sue osservazioni erano state rese pubbliche, anche se l'utente non poteva conoscere in alcun modo il resto della conversazione che si era svolta tra la capotreno e il passeggero in un altro scompartimento. Insomma, non si era fatto venire il dubbio che le cose stessero diversamente da come aveva immaginato, fidandosi del suo giudizio.



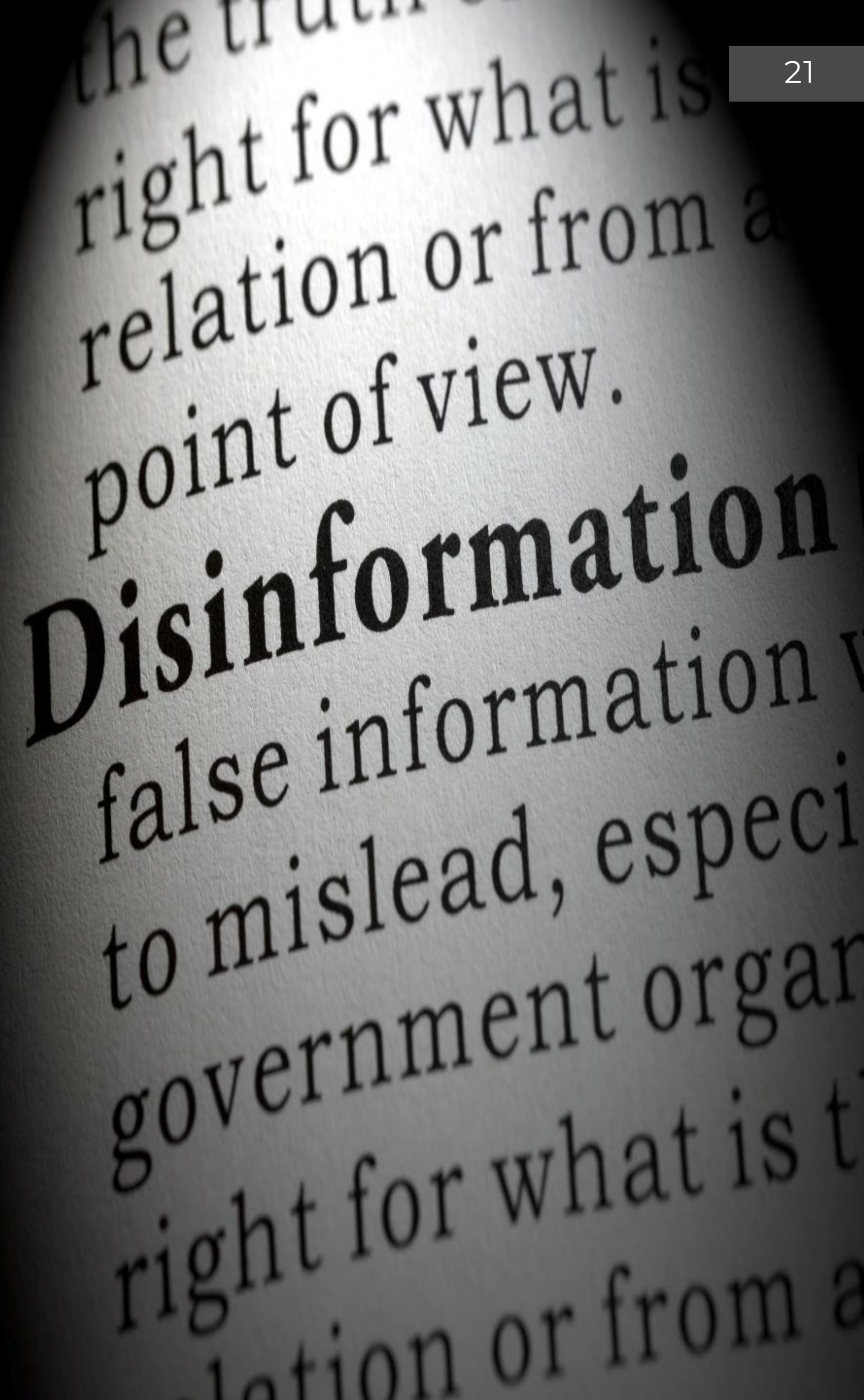
Anche Giornalettismo ha letto quel post su Facebook, come centinaia di migliaia di altre persone. La redazione del giornale, a quel punto, poteva avere gioco facile nel pubblicare così com'era *la notizia del passeggero nero che non aveva pagato il biglietto del Frecciarossa, senza essere multato* (come, del resto, hanno fatto – ahinoi – molte altre testate giornalistiche). Tuttavia, ha deciso di porsi il dubbio. E di **consultare le fonti di quella notizia**. Grazie all'ufficio stampa di Trenitalia, Giornalettismo è stato messo in contatto con la capotreno, di cui ha pubblicato il verbale di viaggio: una dichiarazione giurata che conteneva, al suo interno, il tassello mancante della storia. Era vero che, a una prima richiesta, il passeggero non aveva mostrato il biglietto, ma era vero anche che la conversazione era stata molto faticosa, perché il ragazzo non parlava italiano e aveva un inglese molto stentato. Il resto della conversazione non si era svolta nel vagone, alla presenza dell'utente che stava scrivendo il suo post sui social, ma nel vestibolo tra un vagone e l'altro per fare tutti gli accertamenti del caso.



Qui, alla fine, il passeggero aveva mostrato il biglietto corretto, legato a quella tratta e con quella formula di viaggio. La sua posizione era stata chiarita, non c'era stata alcuna irregolarità. **Il dubbio, dunque, ha portato a due versioni diverse.** Chi non se lo è posto ha sbagliato. Chi se lo è posto ha chiarito quanto accaduto. Oggi, è sempre più difficile porsi dei dubbi, perché le immagini, i video, le parole che possono essere pubblicate sui social network ci sottraggono sempre di più l'abitudine a "pensare con la nostra testa", a fare le nostre valutazioni, a non fidarci ciecamente di quello che ci viene mostrato. **A volte, basta fare un passaggio in più,** avere maggiore pazienza, non accontentarsi di una verità da fast-food, cotta e mangiata. A volte, basta farsi una domanda. E, se non sappiamo rispondere da noi, lasciare che sia qualcun altro – che abbia prove certe – a darci una soluzione.

# 3 I rischi che corre un cittadino disinformato

Nessuno meglio di te, che sei un nativo digitale, può comprendere quanto oggi sia importante avere una **reputazione sia online, sia offline**. Quando conosciamo una persona nella vita reale, una delle prime cose che facciamo è quella di andare a cercare il suo profilo su Instagram (o su LinkedIn, se abbiamo un legame di tipo professionale). Si tratta di un'abitudine, sempre più diffusa, legata a un meccanismo molto semplice delle piattaforme di social networking: quello che si condivide sul proprio profilo, gli account che seguiamo, le interazioni che abbiamo con questi ultimi possono dare più di un indizio al nostro nuovo conoscente sulla persona che ha di fronte. Cosa succederebbe se questi indizi dovessero indicare all'altro una eccessiva tendenza a farsi risucchiare nel caos del "disordine informativo"?



## 3.1 I problemi della disinformazione nella vita offline



Come ti abbiamo detto all'inizio di questo percorso, **le false informazioni sono molto più vecchie di internet**. Quindi, a buon diritto, possiamo dire che esiste una disinformazione che va a colpire la nostra vita offline: sono sempre esistiti libri che hanno riportato notizie inesatte, c'è sempre stata una certa componente di dubbio in alcuni programmi televisivi, c'è sempre stato quel politico che – durante un comizio – si è lasciato andare a una frase fortemente esagerata, quando non palesemente falsa. E ancora: ci è mai capitato di chiedere una informazione a un passante e di ritrovarci devianti dopo la sua risposta? Ci è mai capitato di recarci a uno sportello di una pubblica amministrazione e di ricevere una indicazione errata su un documento che dovevamo compilare? Sono questioni con cui dobbiamo confrontarci ogni giorno ma che, tutto sommato, restano confinate in una sfera ben precisa. Persino nei casi più clamorosi (una notizia falsa contenuta in un libro o in un programma televisivo), **la cerchia di persone che viene coinvolta da questa disinformazione offline resta circoscritta**: ai lettori di quel libro, nel primo esempio, agli spettatori di quel programma televisivo, nel secondo caso.

Non parliamo, poi, delle esperienze che riguardano i singoli. Nella vita offline, quando si riceve una informazione scorretta a farne le spese sono esclusivamente chi ha ottenuto la falsa notizia e, al massimo, il gruppo di persone con cui si confronta. Intendiamoci, dare e ricevere informazioni sbagliate – sia volutamente, sia totalmente in buona fede – non è mai una cosa piacevole. Tuttavia, bisogna misurare gli effetti di questo tipo di azione, in assenza di una cassa di risonanza come internet, che può raggiungere il 64% della popolazione mondiale (il 60% della popolazione mondiale, inoltre, utilizza abitualmente i social network). La disinformazione nella vita offline, inoltre, può essere **più gestibile**: quando una informazione viene smentita, quando un articolo su un giornale viene confutato, quando – durante un dibattito – al politico di turno che fa campagna elettorale viene contestato il dato che ha riportato, è molto più semplice che la catena della fake news si arresti in prossimità della sua fonte.

## 3.2 I problemi della disinformazione nella vita online

La disinformazione, invece, si amplifica tantissimo quando avviene su internet. **Condividere un post che contiene una notizia falsa ci rende, allo stesso tempo, vittime e complici** di quella stessa notizia falsa. Siamo vittime perché, in qualche modo – attraverso le nostre amicizie virtuali, attraverso le pagine che frequentiamo, attraverso i contenuti che ci vengono raccomandati dall’algoritmo di un social network -, veniamo raggiunti da una informazione che non fotografa correttamente la realtà. Ma siamo altrettanto complici perché ne favoriamo la sua diffusione e offriamo ulteriori elementi agli algoritmi dei social network per renderla più “virale”. Quando ciò accade, quando una notizia falsa viaggia per conto proprio, separata dalla sua fonte originaria, è sempre più **difficile fermarla**, invertire la sua tendenza, riportare i fatti al loro stato originario.

Non pensare, però, che questo sia dovuto alla presenza di attori “inquinanti” che, in maniera artificiale, potrebbero avere un ruolo nell’amplificazione delle fake news. Stiamo parlando, ad esempio, dei bot che – un tempo – erano un vero e proprio problema per i social network: chi voleva ripetere all’infinito un messaggio, poteva semplicemente ingaggiare un numero più o meno ampio di account automatizzati che, nel brevissimo tempo, riuscivano a portare una notizia in cima ai trend di un social network o di un motore di ricerca. Oggi, a questo problema è stato messo un argine, poiché le varie piattaforme hanno individuato dei meccanismi molto più rapidi per bloccare gli account falsi. Il problema non è rappresentato (solo) dai bot. Il problema è che è proprio **l’essere umano, in un contesto digitale, a essere particolarmente attratto dalla notizia falsa.**



Uno studio del MIT di Boston<sup>4</sup> ha valutato che, **in presenza di una notizia vera e di una notizia falsa, nel 70% dei casi l'essere umano preferirà condividere la seconda**, diventando così in primo luogo responsabile della diffusione della disinformazione. Altro che bot, insomma. La stessa indagine spiega che una fake news raggiunge, in un ecosistema online, i primi 1500 utenti a una velocità sei volte superiore rispetto a quella di una notizia vera. Successivamente, il dato peggiora: se la notizia falsa è particolarmente succosa, allora questa correrà dalle 10 alle 20 volte più veloce di una notizia reale. Ora, immagina di non essere semplicemente un fruitore di notizie o di video sui social network, ma di essere tu stesso il protagonista di una di queste notizie o di uno di questi video. Immagina, inoltre, che questa notizia o questo video di cui tu sei il protagonista siano completamente falsi e che siano sufficientemente curiosi da attirare l'attenzione dell'opinione pubblica. Se i numeri di propagazione di una fake news sono quelli che sono stati osservati dal MIT, allora non avrai scampo: la possibilità che la tua verità possa emergere sarà decine e decine di volte inferiore rispetto al ritmo di propagazione della falsa informazione.

Torniamo per un attimo all'esempio del capitolo precedente: la notizia della persona che aveva avuto problemi con il suo biglietto sul treno Frecciarossa, nelle prime ore dalla sua comparsa su Facebook, aveva accumulato oltre 75mila condivisioni, soltanto a partire dall'account che l'aveva generata. Per quanto la notizia della smentita, pubblicata da Giornalettismo, all'epoca avesse avuto una importante diffusione, non avrebbe mai potuto competere con il numero di condivisioni del post originario. Eppure, Giornalettismo è una testata e ha un account su Facebook da oltre 350mila followers! Non è bastato neanche questo per togliere dalla testa di qualcuno, tra quelli che avevano condiviso il post originario, che quella persona era salita su quel treno senza avere un biglietto. Vale la pena riflettere su questo: **se la disinformazione nella vita offline può essere in qualche modo arginata, quella nella vita online è difficile da contrastare**. La tua reputazione digitale sarà sempre più a rischio della reputazione nella vita offline; le tracce su internet sono molto più indelebili di quelle lasciate nella vita reale. Ed è per questo che, quando parliamo di rete e di social network, i problemi della disinformazione sono decisamente più gravi.

4. Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral, The Spread of True and False News online



# 4 Come proteggersi dalle fake news

Ci dispiace illuderti. Il fatto che tu sia abituato all'utilizzo delle tecnologie, agli strumenti che il web ci ha messo a disposizione, ai trucchi per ottenere più visualizzazioni sui video postati via Instagram o via TikTok, non ti rende immune dal "disordine informativo". Potrai sempre imbatterti, prima o poi, in un contenuto fake, in una storia sbagliata, in un video alterato. Non è colpa tua: **l'esposizione continua ai social network**, alle varie piattaforme di interazione (anche quelle di gaming, oggi, possono essere veicolo di fake news), a portali o applicazioni **ti porta inevitabilmente, per la legge dei grandi numeri, a confrontarti con contenuti di disinformazione.**



Una recente indagine del Censis – un istituto di ricerca socio-economica che offre dei dati statistici sull'Italia dal 1964 – ha dimostrato che oggi per il **76% degli italiani risulta molto complesso riconoscere una fake news**, dal momento che quest'ultima viene costruita in maniera sempre più sofisticata. Inoltre, il 20% degli italiani ritiene di non avere competenze sufficienti per poter riconoscere una notizia falsa da una notizia vera, mentre è il 61% degli italiani a dire di avere soltanto alcuni strumenti per poter distinguere la verità dalla menzogna in un contenuto pubblicato online. Questa indagine, però, ci dice molto di più: quasi il 30% delle persone, a una domanda specifica, ha risposto che le fake news non esistono e che quelle che vengono individuate come tali altro non sono che notizie vere che non vengono diffuse nei circuiti di informazione mainstream. Insomma, capisci perché la storia degli uccelli che non sono reali non ha avuto particolari ostacoli nella sua diffusione? Da un lato, insomma, c'è **un problema che viene riconosciuto** e c'è anche la consapevolezza di non essere particolarmente pronti, in quanto popolazione italiana, a fronteggiarlo a pieno regime. Dall'altro, però, continua a esserci la **negazione del problema**, nella convinzione che siano gli altri a voler indirizzare l'informazione e a decidere cosa sia vero e cosa sia falso.

In quest'ultimo dato preoccupante che abbiamo divulgato, tuttavia, c'è una piccola lucina di speranza: i cosiddetti “negazionisti delle fake news” sono in larga parte persone anziane (o con un basso livello di scolarizzazione). Il che ci riporta ad avere fiducia nella GenZ e, soprattutto, nelle maggiori possibilità che questa ha a livello di istruzione e crescita culturale.

Per evitare di finire in un buco nero informativo, tuttavia, è opportuno dare a questa generazione gli strumenti più adatti. Inoltre, è opportuno anche sfatare alcuni miti che stanno condizionando le esperienze di navigazione in rete degli utenti, anche dei più giovani. Facendo questo, bisogna evidenziare due cose: per quanto ci sembrano familiari, innocui, gestibili, **nei social network si nascondono delle insidie** che non vanno assolutamente sottovalutate; inoltre, per quanto l'informazione, grazie al digitale, ci sembri più accessibile, **non dobbiamo in alcun modo ignorare chi, fino a questo momento, è stato in grado di trasmettere la conoscenza**. E stiamo parlando degli insegnanti, che hanno il compito di educare i ragazzi all'igiene digitale<sup>5</sup>, e dei giornalisti, che hanno la difficile missione di tornare a conquistare la fiducia delle nuove generazioni.

5. Non soltanto a non cadere nelle fake news, ma anche a fare attenzione a diffondere i propri dati personali, a non comunicare informazioni sensibili in chat, a non utilizzare linguaggi d'odio nelle interazioni virtuali.

## 4.1 Socialmente consapevoli

I social network hanno delle regole di ingaggio.

**Per creare un account su Instagram bisogna avere almeno 13 anni.** La stessa cosa vale anche per TikTok. Inoltre, queste due piattaforme prevedono anche alcune limitazioni che resistono fino ai 17 anni (l'impostazione del profilo privato di default, ad esempio, o le maggiori difficoltà per gli account degli adulti di interagire in DM con i minori). Siamo perfettamente consapevoli, e lo abbiamo denunciato più volte, che i sistemi di age verification che sono stati messi in piedi dai colossi del social networking, pur essendo carichi di buone intenzioni, non possono in alcun modo essere attendibili al 100%. Non ci vuole un hacker per aggirare un limite d'età e nessuno chiederà la carta d'identità o un codice identificativo ai ragazzi che utilizzano i propri dispositivi per iscriversi a queste piattaforme.

Il primo passo per evitare di essere vittime di gravi dinamiche che possono andarsi a creare sui social network è sicuramente quello di un appello al **buon senso e alla responsabilità degli utenti**. Nessuno ci impedirà di attraversare la strada con il semaforo rosso, in assenza di un vigile urbano: tuttavia, dobbiamo essere consapevoli che, se lo facciamo, mettiamo a rischio la nostra incolumità e quella del prossimo. Sui social network vale più o meno la stessa cosa: il vigile urbano non c'è o, se c'è, non può avere mille occhi per sorvegliare tutte le situazioni anomale che, in real time, si vengono a creare su queste piattaforme. Per questo è importante un richiamo, innanzitutto, alla responsabilità. E se questo richiamo è funzionale, in generale, per le norme di base che disciplinano l'accesso ai social network, deve essere ancora più presente quando parliamo dei contenuti con cui gli utenti si interfacciano.





Fino a questo momento abbiamo parlato di “disordine informativo”, ma è opportuno – nella missione di educatori digitali che ci siamo prefissati – mettere in guardia anche dal linguaggio d’odio, dai contenuti violenti, dalle istigazioni a commettere illeciti che, purtroppo, sulle piattaforme sono altrettanto presenti. Spesso, anzi, proprio le **“bolle”** (o, per usare un termine più tecnico, le echo chambers) **di disinformazione e di complottismo** possono essere un veicolo per qualcosa di ancora più pericoloso nell’immediato: il passaggio dalla disinformazione alla radicalizzazione, quello dalla tendenza al complottismo all’adozione di strumenti e argomentazioni che possano essere pericolosi sia per la propria incolumità, sia per quella altrui, possono essere estremamente semplici. Ricordi le 23 ore e mezza al mese che, secondo una ricerca, un utente trascorre in media su TikTok?

Bene, buona prassi sarebbe dimezzare questo tempo (sappiamo che un taglio ulteriore sarebbe difficilmente attuabile in giovani generazioni iperconnesse) per **evitare una esposizione prolungata a contenuti** che possono essere rischiosi. Un altro suggerimento, l’ultimo, in questa guida minima all’utilizzo dei social network. Ricordiamoci sempre il motivo che hanno portato i fondatori delle principali piattaforme a realizzare i loro prodotti: Mark Zuckerberg, che è stato il fondatore di Facebook e che adesso è il proprietario di Instagram e di WhatsApp, aveva dato origine alla prima piattaforma per sostituire, in qualche modo, l’annuario del college, per stabilire una connessione tra persone che si erano conosciute in passato, nella loro dimensione offline. La molla iniziale che ha dato origine ai social network era l’intrattenimento, un modo diverso di trascorrere del tempo, il fatto di recuperare un contatto per una interazione personale.

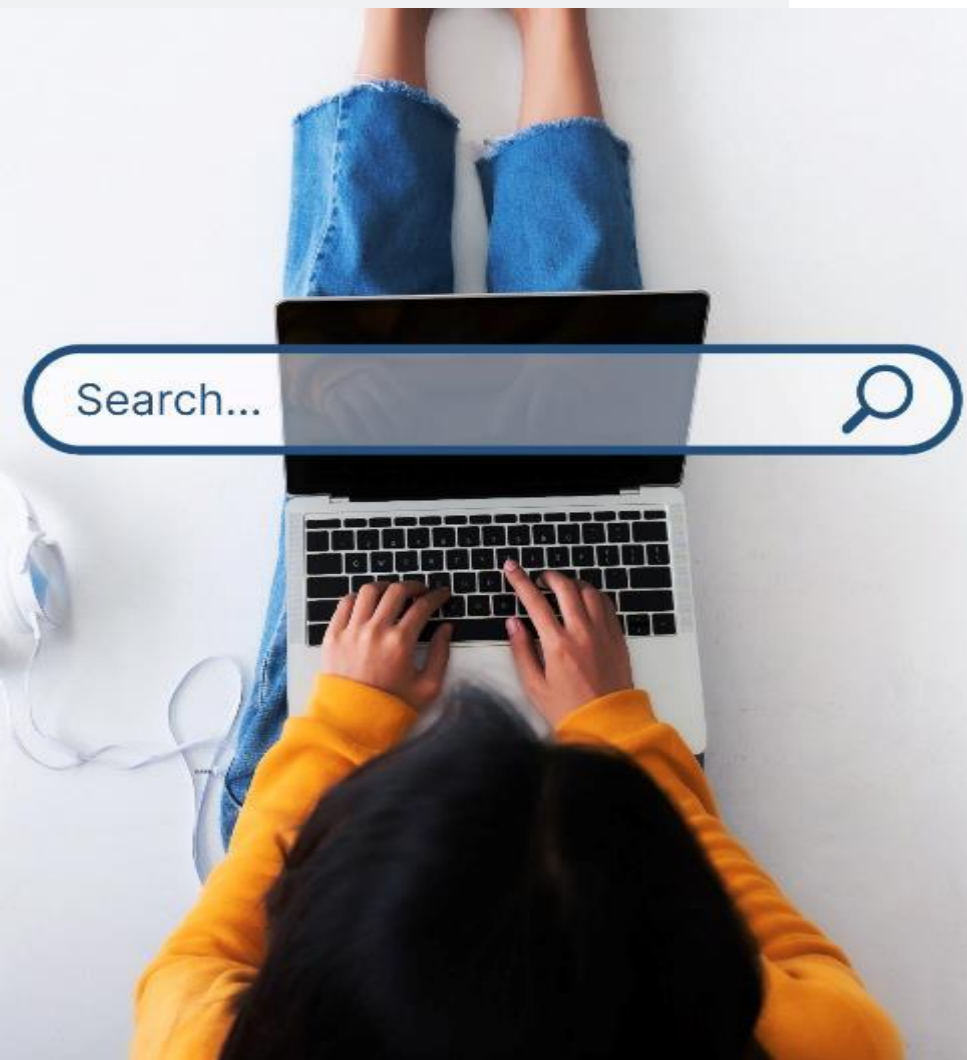
Solo in un secondo tempo i social network sono diventati “una cosa seria”, un luogo dove si fa comunicazione politica, dove si fa informazione, dove si diffondono messaggi di attivismo, dove si pubblicano immagini che possono arrivare anche dal fronte di un Paese in guerra. Delle piattaforme che erano nate con uno scopo diverso non potevano avere – e forse continuano ancora oggi a scontare questo gap – delle contromisure native per evitare le distorsioni che possono portare con sé messaggi politici, informazioni, pubblicazione di contenuti di attualità. Il nostro consiglio è quello di **non dimenticarti mai che, prima di tutto, un social network è un luogo di intrattenimento**, un modo come un altro per trascorrere il tempo, per parlare con un amico (meglio se questo amico ha anche un volto in carne e ossa, con cui potersi interfacciare anche oltre la dimensione virtuale). Usa i social network, con moderazione, per questi scopi. Per esercitare la conoscenza, invece, serviti di altri strumenti.



## 4.2 Wikipedia non è la Bibbia

**Strumenti che, magari, possano essere diversi anche da Wikipedia.** Se cerchiamo una data, un riferimento cronologico, un aneddoto, la capitale di uno Stato, l'enciclopedia digitale può sicuramente essere la strada più rapida e accessibile. Tuttavia, quando abbiamo bisogno di informazioni più accurate, forse è meglio ricercarle altrove. Lo sai come funziona Wikipedia, giusto? Essendo un progetto partecipativo (altrimenti non sarebbe stato mai e poi mai gratuito), sono gli utenti stessi dell'enciclopedia a formare le voci, a moderarle, a modificarle in caso di aggiornamenti. Nel team di moderazione di Wikipedia non è detto che ci sia un esperto della materia a monitorare sulla voce su cui si vuole intervenire; inoltre, il fatto che ci sia una decisione corale sulla scrittura di un lemma o su una sua modifica comporta spesso che i contrasti interni al team di moderazione portino a una possibile **parzialità nella loro composizione**. Ti sei mai chiesto perché, ogni tanto, qualcuno riesce a inserire un *easter egg* (ovvero, una frase fuori contesto) all'interno di una voce di Wikipedia?

Addirittura, qualcuno inserisce delle date di morte per alcuni personaggi prima ancora che il personaggio in questione sia morto davvero. Per non parlare delle bufale che sono rimaste per più tempo all'interno dell'enciclopedia virtuale: nel 2015, ad esempio, il team di Wikipedia si è reso conto che la voce di un presunto dio aborigeno (che non esisteva affatto) era rimasta in pubblicazione per nove, lunghissimi anni<sup>6</sup>. Senza che nessuno si fosse mai posto il problema. Questo è solo l'esempio più eclatante. Tuttavia, dal momento che Wikipedia si basa per gran parte su dati open source, all'interno di moltissime voci è frequente trovare delle frasi evidenziate in rosso, in cui viene contestata l'assenza di una fonte per quell'affermazione. Al contrario, basta che un articolo di giornale o di un sito di news (non importa il suo grado di attendibilità) riporti un'informazione per fare in modo che questa venga acquisita da Wikipedia con buona pace del team di moderazione. Insomma, tra le tante regole per gestire correttamente le informazioni online, è opportuno tener presente anche questa: **Wikipedia non è la Bibbia e dire di essersi informati con questo strumento non è poi questo gran vanto.**



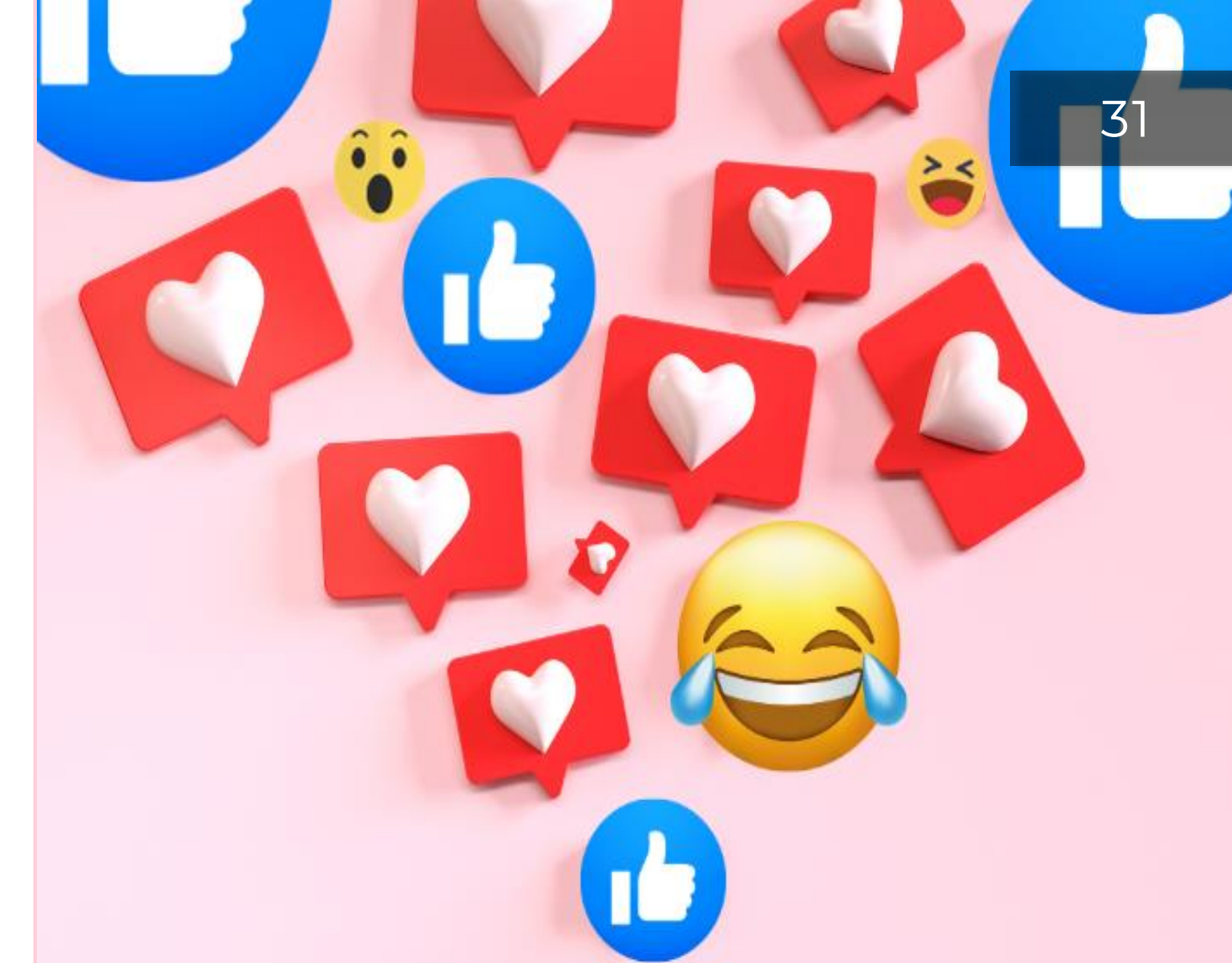
6. [Caitlin Dewey – Washington Post](#), The story behind Jar'Edo Wens, the longest-running hoax in the Wikipedia history

## 4.3 E a volte ci cascano anche i giornalisti

Nel vademecum della corretta informazione, c'è anche questo doloroso capitolo da affrontare per chi, come noi, fa della notizia verificata il proprio scopo e la propria missione. A volte, sempre più spesso, **anche i giornali sbagliano**. In un capitolo precedente abbiamo provato a elencare le motivazioni e qui è utile ribadire: la ricerca della velocità a tutti i costi, l'ansia di generare il numero maggiore possibile di click, la consapevolezza che, a volte, le sorti economiche di un giornale (soprattutto online) dipendono esclusivamente dalla sua raccolta pubblicitaria. E da qui non si scappa: più gli utenti visualizzano, più pubblicità vendi. Questo, a lungo andare, ha trasformato alcune redazioni giornalistiche in "articolifici", un ciclo continuo di pubblicazioni, **una corsa perenne alla quantità, a discapito – ovviamente – dell'approfondimento**, della verifica delle fonti, del contenuto esclusivo.

L'omissione del controllo e il mancato rispetto delle regole già enunciate in precedenza su come si scrive un articolo di giornale portano a rendere ancora più grave il disordine informativo. L'aggiunta di **titoli clickbait** (quelli che ti fanno intendere una cosa e, invece, ne contengono un'altra che si scopre solo dopo aver cliccato) e, dall'altro lato, l'affermazione – sempre più evidente – di un format giornalistico che punta sempre più su **infografiche colorate, accattivanti e consultabili soltanto sui social network, hanno portato a fidarsi sempre di meno dei cosiddetti "professionisti dell'informazione"**.

Fortunatamente, abbiamo a disposizione ancora alcuni strumenti che ci permettono di distinguere un contenuto ben fatto da uno realizzato in maniera approssimativa. Alcune aziende, anche a livello internazionale, stanno provando a lanciare da qualche anno una sorta di **censimento e di monitoraggio dell'informazione di qualità**.





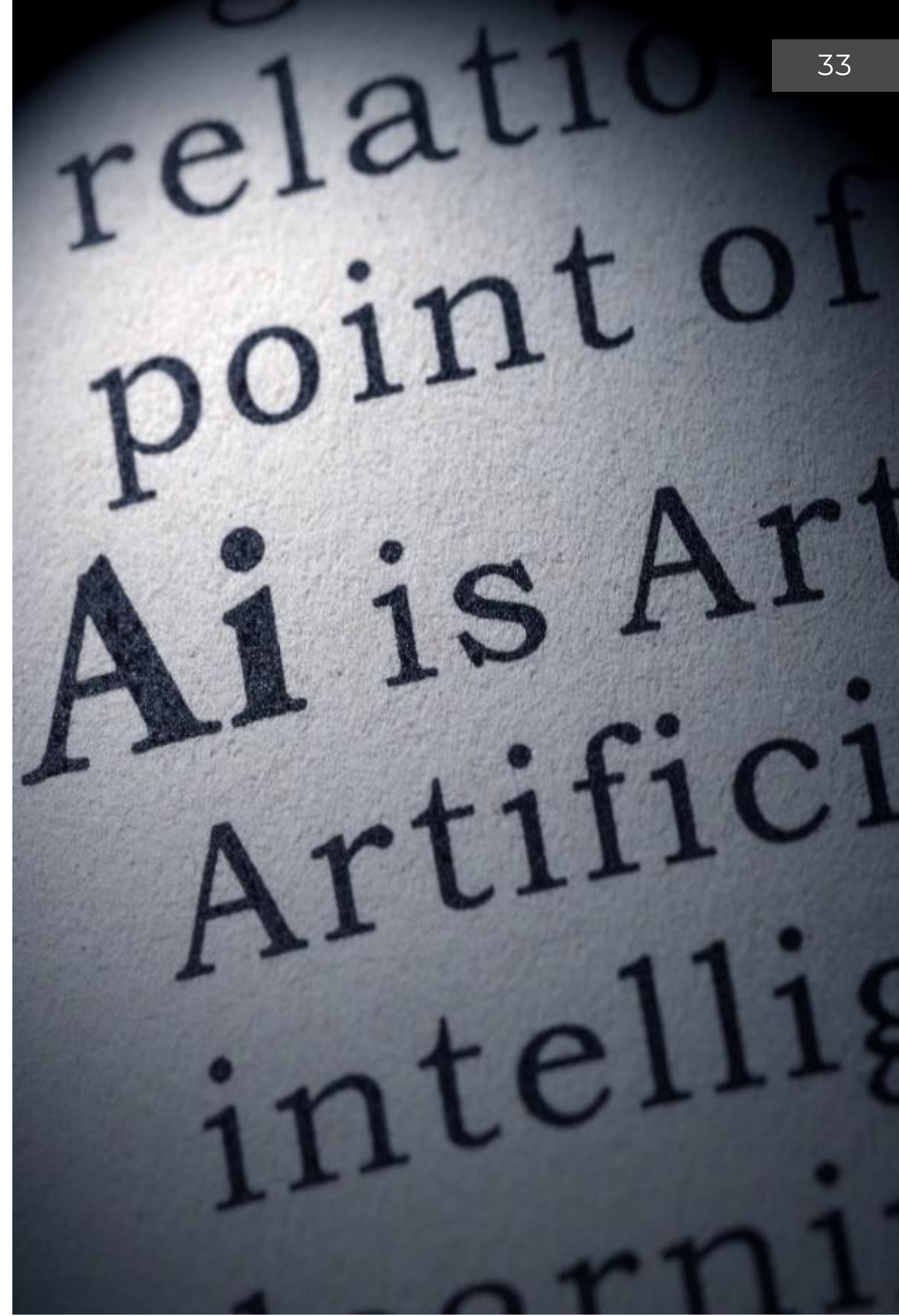
Pensiamo, ad esempio, a NewsGuard che ha una realtà molto ben strutturata anche in Italia. Si tratta di un'azienda che realizza periodiche analisi sullo stato di salute dei giornali del Paese: analizza la frequenza con cui queste ultime fanno errori nella pubblicazione delle notizie, monitora la trasparenza della loro proprietà, la composizione delle loro redazioni, la distinzione del contenuto pubblicitario da quello editoriale. Ovviamente, stiamo parlando di testate che hanno dei siti web e non di quelle realtà editoriali che, invece, fanno "informazione di sintesi" con il format fatto da infografiche consultabili nei caroselli di Instagram o di reel sintetici che spiegano la notizia in un minuto. Tra l'altro, le testate giornalistiche (che risultano iscritte presso i tribunali di competenza) hanno molte più responsabilità, anche a livello penale, rispetto a realtà che, invece, non sono giuridicamente inquadrate. Tornando a **NewsGuard: l'azienda pubblica annualmente il frutto del suo monitoraggio e assegna un punteggio alle testate giornalistiche** che ha avuto modo di analizzare. Ha anche realizzato un plug-in per vari browser: quando si ricerca una notizia, NewsGuard assegna una spunta verde a una testata ritenuta affidabile, una spunta gialla a quelle testate che non risultano completamente affidabili e una spunta rossa a quelle considerate totalmente inaffidabili.


Insomma, potrebbe essere un buon punto di partenza per un censimento generale dello stato dell'informazione tra i giornali online, in Italia e non solo. L'altra garanzia di qualità potrebbe essere rappresentata dal **pagamento di un abbonamento**: la gratuità delle notizie ha portato, nel corso del tempo, a un peggioramento dell'ecosistema dei media, per tutte le ragioni che abbiamo elencato prima. Molte testate, soprattutto quelle che fanno approfondimento, da qualche anno a questa parte hanno deciso di offrire i loro servizi a pagamento. In questo modo, corrono sicuramente un rischio: devono rispettare degli standard molto elevati, se vogliono che i lettori continuino a pagare per consultarle. Ovviamente, ciò significa un maggiore controllo dei contenuti che vengono pubblicati e anche una maggiore originalità di questi ultimi. Non è sicuramente la soluzione a tutti i mali, ma potrebbe sicuramente rappresentare un elemento distintivo in un mondo che, piano piano, sta cercando di **introdurre l'intelligenza artificiale anche nel settore dei media e dell'informazione**. E non sappiamo se questa cosa sia o meno una buona notizia.



# 5 L'intelligenza artificiale è buona o cattiva?

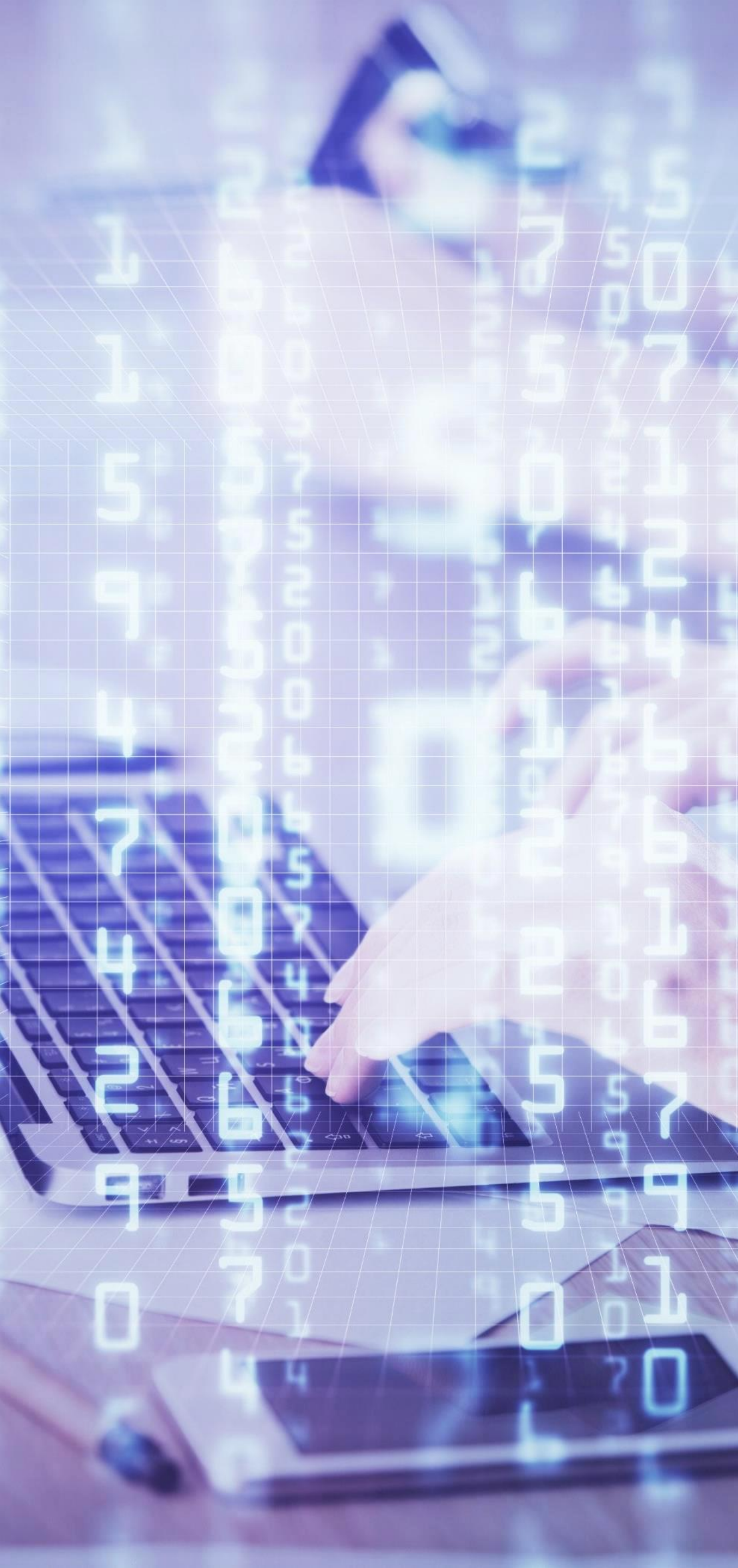
L'AI è sempre più presente nelle nostre vite ed è importante evidenziare i **benefici che può portare all'economia e alla società**. Allo stesso tempo, è però fondamentale interrogarsi se possa presentare **rischi per la sicurezza, l'occupazione, l'informazione e la democrazia**. Infatti, se da un lato esistono numerosi studi che evidenziano i benefici dell'uso dell'AI in numerosi settori (sanità, trasporto, ambiente), dall'altro si discute dei rischi associati all'uso delle AI per fini di controllo e manipolazione dei cittadini e del problema della mancanza di trasparenza dei dati che vengono utilizzati per addestrare le AI (che potrebbero essere personali e contenere delle informazioni sensibili). Inoltre, poiché **l'automazione potrebbe sostituire alcuni lavori umani**, è tanta la preoccupazione di una certa parte della società sull'impatto delle AI sull'occupazione.





Non è quindi un caso che nel giugno 2023, il Parlamento europeo abbia presentato **una normativa sulle AI che definisce un insieme di regole sull'uso dell'intelligenza artificiale**, su cui è stato trovato un accordo politico a inizio dicembre 2023. Le regole sono basate sui potenziali rischi collegati all'utilizzo delle AI, ma evidenziano anche i rischi sull'eventuale freno a questa tecnologia che comporterebbe una perdita del vantaggio competitivo rispetto ad altre regioni del mondo. Il tema è quindi molto ampio e complesso e, poiché coinvolge numerosi aspetti della società e dell'economia, è anche strettamente legato alla garanzia dei diritti dei cittadini. Uno dei diritti fondamentali dei cittadini è quello di poter essere raggiunti da una **corretta informazione**. Senza una corretta informazione, infatti, i cittadini potrebbero essere manipolati o ingannati e la fiducia nell'efficienza delle istituzioni democratiche potrebbe essere compromessa. Purtroppo, le AI sono parte attiva nella generazione del "disordine informativo" e vengono usate per diffondere informazioni false o distorte.

Fabbricando o distorcendo notizie tramite l'uso delle AI, dei malintenzionati che hanno degli interessi personali specifici (guadagnare potere, indebolire gli avversari, reclutare adepti, influenzare i risultati elettorali), possono **influenzare le opinioni dei cittadini**. Spesso l'intento è quello di creare disordine per indebolire la tenuta democratica di un Paese riducendo la coesione sociale e la fiducia nelle istituzioni. Inoltre, le AI possono essere utilizzate per **profilare i cittadini** (comprendere il loro interessi, preferenze e comportamenti per offrire loro servizi personalizzati) al fine di fornire, in maniera mirata e personalizzata, notizie false e distorte per ingannarli e manipolarli più efficacemente. Possono però anche essere utilizzate per creare delle **contromisure e combattere il fenomeno del "disordine informativo"**. Si pensi per esempio ai fact-checker automatici in grado di valutare l'accortezza di una notizia molto più velocemente di quanto potrebbe fare un essere umano e aiutare il cittadino a filtrare contenuti attendibili.

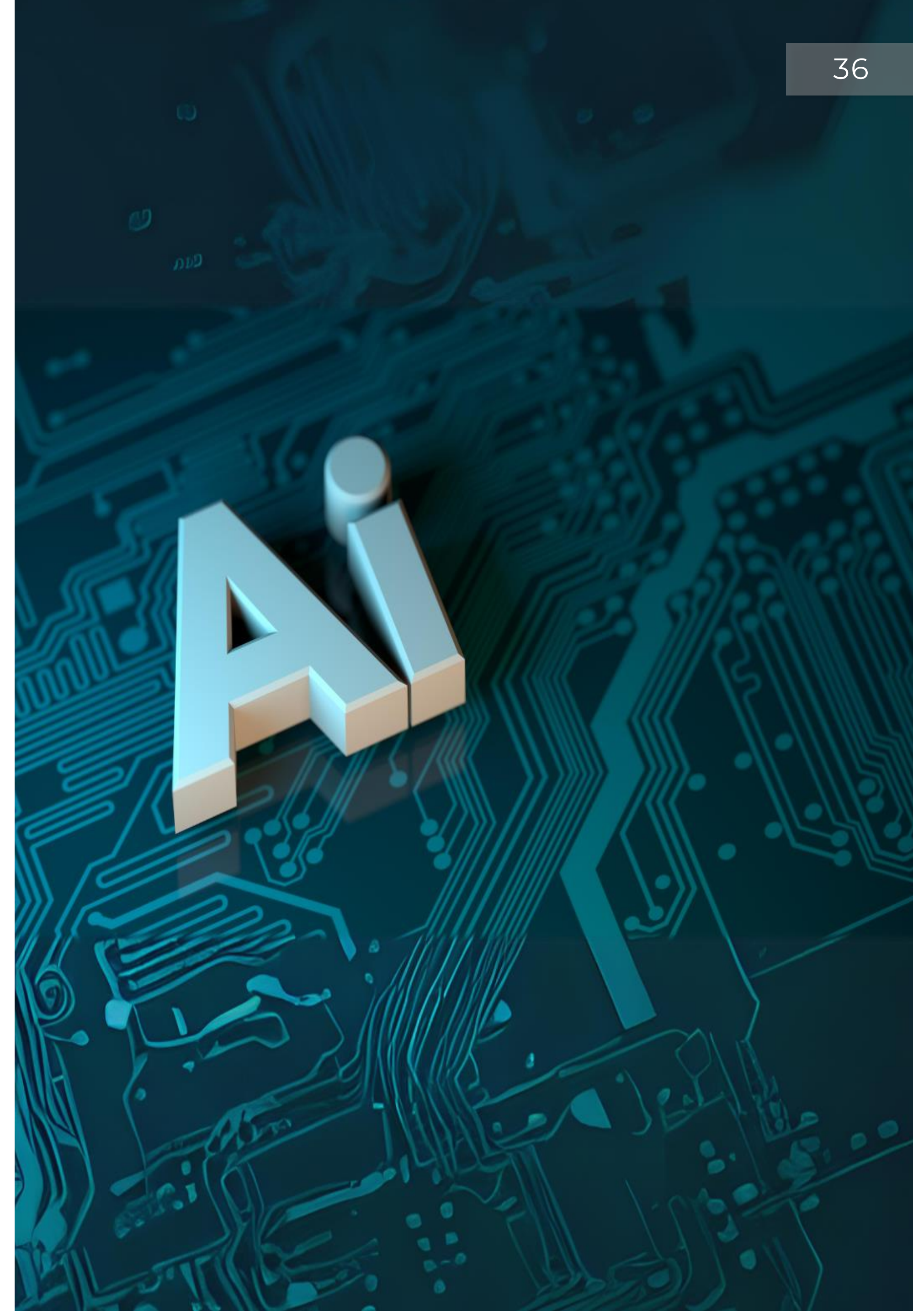


Infatti, la quantità di informazione che circola tramite i social media è enorme e non potrebbe essere verificata esclusivamente basandosi sull'operato di esseri umani. Inoltre, un giornale online può dotarsi di sistemi di raccomandazione che possono essere utilizzati per offrire contenuti informativi personalizzati ai propri lettori in base alle loro precedenti preferenze di lettura, interessi e ricerche. La personalizzazione dei contenuti potrebbe allontanare il lettore da informazioni che sono in contrasto con il suo punto di vista, i suoi interessi, le sue preferenze. Nonostante ciò, se usati correttamente, **i sistemi di AI possono però essere addestrati per offrire contenuti che permettano all'utente di uscire al di fuori della sua bolla culturale e ideologica** favorendo la coesione sociale e una maggiore integrazione dei cittadini. Le AI possono anche fornire nuove **opportunità per chi si occupa di informazione**. Per esempio, un giornalista può diventare un giornalista dei dati (o data journalist) perché può utilizzare le AI per scoprire nuove storie analizzando grandi quantità di informazioni per identificare tendenze e modelli, predire eventi a partire da dati storici, monitorare in real time eventi e attività sui social media.

Può inoltre utilizzare le AI per tradurre articoli da lingue straniere venendo facilmente a conoscenza di informazioni provenienti da ogni parte del mondo e potendo, a sua volta, rendere i propri articoli accessibili a un pubblico globale. Gli assistenti alla scrittura possono infine aiutare un giornalista a scrivere più velocemente un articolo e a correggere la sintassi e la grammatica dei propri contenuti incrementando la propria produttività. A lungo termine però, l'utilizzo delle AI potrebbe comportare una **dipendenza e a una perdita delle abilità umane nel campo della scrittura e della creatività giornalistica**. Questo rischio è comunque comune in tutti i settori in cui le AI sono utilizzate; è un po' quello che è successo con l'invenzione e la diffusione delle automobili che hanno consentito all'uomo di spostarsi più velocemente e su distanze maggiori, rendendolo tuttavia poco ben disposto al camminare.

# 6 Ma come funziona l'AI?

Se si cerca l'espressione intelligenza artificiale su internet utilizzando qualsiasi motore di ricerca, saranno mostrate numerose immagini di robot, cyborg, cervelli umani stilizzati, reti luminose e città futuristiche. Raramente vengono invece mostrate immagini di dispositivi elettronici come computer e processori, codice sorgente di programmi informatici o formule ed espressioni matematiche. Questo fenomeno può essere spiegato con il fatto che l'intelligenza artificiale è spesso associata, nell'immaginario collettivo, a concetti futuristici e fantascientifici raccontati nei libri e nei film. In questo capitolo scopriremo però che **l'intelligenza artificiale è qualcosa di concreto e reale che si basa principalmente su algoritmi e calcoli matematici**, che vengono eseguiti da dispositivi elettronici come computer e processori.



## 6.1 Principi base dell'AI

L'AI è una branca dell'informatica che si occupa di progettare sistemi in grado di eseguire dei compiti e delle funzioni complesse in modo autonomo e automatizzato liberando l'essere umano dalla necessità di svolgerli manualmente. **AI e automazione sono concetti estremamente interconnessi tra di loro, ma non sono sinonimi.** Se l'automazione si occupa di eseguire processi ripetitivi che sostituiscano l'intervento manuale umano, l'AI si occupa di creare sistemi automatici che possano eseguire sia compiti manuali, sia intellettuali, ripetitivi e non.

Per esempio, il telaio automatico brevettato da Edmund Cartwright nel 1785 automatizzava la produzione di tessuti, un compito ripetitivo e manuale, ma non utilizzava AI.

L'automazione però non ha a che fare solo con macchine fisiche, esistono infatti anche software automatizzati che non utilizzano le AI. Per esempio, un programmatore può scrivere del software che esegua un compito automatizzato, come un programma che invia dello spam con un contenuto testuale sempre identico.



A partire dalla seconda rivoluzione industriale, l'automazione ha avuto un impatto significativo sul mondo del lavoro, aumentando la produttività e riducendo i costi. Ha anche evitato all'uomo di svolgere lavori gravosi e pericolosi, con la conseguente riduzione della domanda di lavoro umano in determinati settori. La risposta a tale riduzione è stata la creazione di nuove opportunità di lavoro specializzato nel campo della tecnologia. Oggi, anche l'AI avrà degli enormi impatti sul mondo del lavoro come avvenuto con l'automazione dei mezzi di produzione. **L'AI può infatti essere utilizzata, non solo per automatizzare la produzione industriale, ma anche per automatizzare delle attività intellettuali e complesse** come l'estrazione di schemi dai dati, il riconoscimento di volti umani, la traduzione automatica, gli assistenti virtuali etc. Ciò comporterà che **alcune professioni potrebbero essere sostituite** da macchine e algoritmi, come accaduto precedentemente. Tuttavia, l'evoluzione dell'AI creerà anche **nuove opportunità di lavoro specializzato**, in cui le competenze nell'utilizzo e nello sviluppo dell'AI sono sempre più richieste.

## 6.2 Come si sviluppa l'AI

Le AI vengono create elaborando **enormi quantità di dati** (testi, immagini) e applicando algoritmi complessi per analizzare i dati e imparare da essi per raggiungere un determinato obiettivo. È quindi fondamentale introdurre il concetto di **machine learning**, una sottobranca dell'intelligenza artificiale, che si occupa di sviluppare algoritmi in grado di far apprendere a un computer come raggiungere un obiettivo senza essere esplicitamente programmato per farlo. Tramite gli algoritmi di machine learning, i computer possono quindi **imparare dai dati**, ma anche migliorare continuamente le proprie prestazioni, consentendo alle AI di adattarsi e rispondere in modo più intelligente alle nuove situazioni che incontrano. Un ambito del machine learning che sta rivoluzionando le AI è il **deep learning**. Con deep learning si intendono degli algoritmi di apprendimento che si basano sulle **reti neurali** (la trasformazione in astratto del funzionamento delle connessioni neurali di un cervello biologico).

Questi algoritmi sono in grado di analizzare e comprendere dati complessi, come immagini o testo, e hanno permesso alle AI di sviluppare una maggiore capacità di apprendimento e di prendere decisioni più difficili. Le AI si sviluppano quindi principalmente su una quantità di dati spesso consistente che necessita, per molti compiti, l'etichettatura da parte di esseri umani. Significa che, per esempio, se si vuole realizzare un sistema di AI per il riconoscimento delle immagini che contengono mele o pere, degli esseri umani dovranno visionare migliaia di immagini ed etichettarle in base alla presenza di quale frutto viene mostrato. Questo aspetto apre dei **problemi etici importanti**, il lavoro di etichettatura può essere davvero molto stancante. Pensa a degli esseri umani che devono associare delle categorie ai contenuti postati sui social media e che, per ore al giorno, sono costretti a confrontarsi con immagini e testi spesso tossici e disturbanti. Inoltre, poiché le AI apprendono dai dati, è fondamentale prestare **attenzione a quali dati vengono utilizzati per addestrare, perché potrebbero apprendere errori, stereotipi, pregiudizi e discriminazioni**.

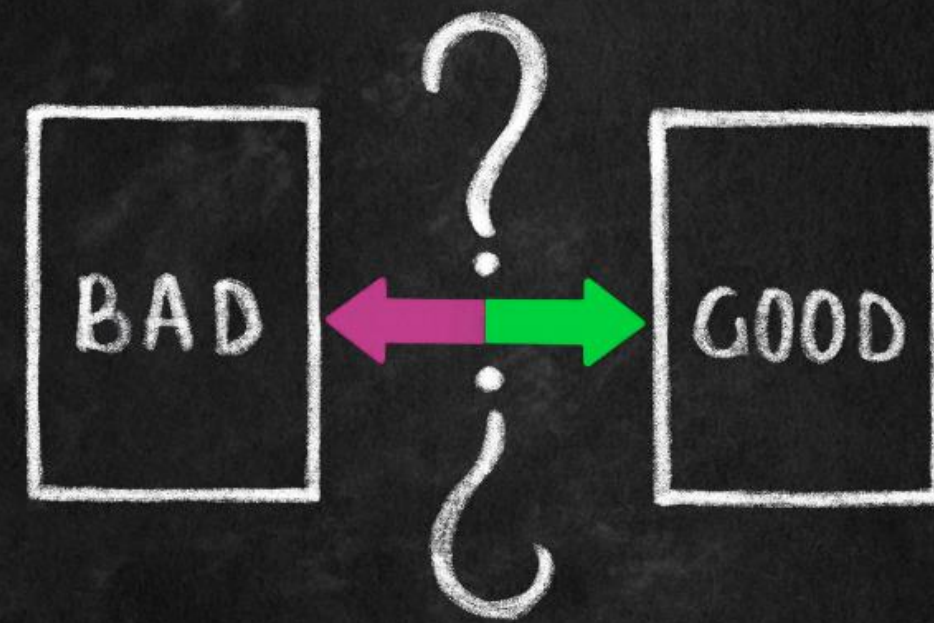


## 6.3 Che materie scolastiche servono per diventare “un esperto” di AI

Chi si vuole occupare di intelligenza artificiale deve aver studiato **matematica** e sentirsi a proprio agio con la **programmazione** e gli **algoritmi**. Sono gli informatici che, nella maggior parte dei casi, si occupano di intelligenza artificiale. Però, se da una parte saper programmare e avere elevate nozioni di matematica è fondamentale, dall'altra sviluppare sistemi di AI necessita di **figure specializzate che possono provenire da vari ambiti della scienza** (linguisti, sociologi, biologi) a seconda dello scopo specifico per cui si sta progettando il sistema di AI. Inoltre, gli effetti che le AI possono avere sulla società richiedono che l'esperto di AI abbia una visione delle dinamiche sociali ed economiche che vada al di là della sola conoscenza della tecnologia utilizzata. Pertanto, è importante avere una **formazione multidisciplinare** che consenta di affrontare con consapevolezza e responsabilità le sfide legate a questa tecnologia emergente.



**Non esiste una tecnologia buona e una tecnologia cattiva**, dunque. È solo importante capire in che misura questa possa essere utilizzata e in che ambiti. Senza dubbio, è fondamentale **capire quali sono i suoi limiti**. Ma – lo abbiamo visto anche all’inizio di questo nostro percorso – **anche le azioni degli esseri umani possono essere buone o cattive**. Se parliamo di informazione e se prendiamo in considerazione tutto quello che abbiamo detto fino a questo momento, è facile intuire che ci sono “i buoni” (ovvero quelli che svolgono il loro lavoro in maniera responsabile, cercando di fornire informazioni utili alla società e di verificare le notizie di cui trattano) e “i cattivi” (quelli che mettono disordine nel mondo dell’informazione, che fanno propaganda, che hanno interesse affinché possa circolare una notizia falsa).



Non ci resta che augurarti di vivere, in futuro, in un mondo caratterizzato dall’alleanza dei “buoni”: persone buone che fanno buona informazione, sfruttando una buona tecnologia. Non è una cosa scontata: per questo motivo, è fondamentale avere degli strumenti che possano aiutarti a seguire questa strada. A questo proposito, nessuno può darci un suggerimento migliore di quello che il presidente della Repubblica Sergio Mattarella ha rivolto al pubblico della tradizionale cerimonia del Ventaglio (il congedo estivo tra il Quirinale e i giornalisti) del 2020. In uno dei momenti più difficili per la corretta informazione – quello della pandemia e dei lockdown -, il Capo dello Stato ha spiegato a tutti chi può rappresentare l’ultimo baluardo contro la disinformazione. **“Le fake news sono, normalmente, il prodotto di azioni malevole** che contano sull’effetto moltiplicatore del web e sulla assenza di sanzioni che caratterizza un mondo privo di responsabilità definibili. La pretesa di un **“non luogo”** dove ci si può permettere di diffondere presunti fatti, falsati o inesistenti, senza alcuna sanzione. Esattamente l’opposto dell’informazione professionale che prevede anche sistemi di sanzioni puntuali sia degli organi preposti alla deontologia professionale, che da parte della magistratura. Non bisogna, dunque, fare confusione”.



