

L'Era della post-verità e delle fake news

di Silvano Marioni

Viviamo in un'epoca in cui le menzogne vengono spesso presentate come "fatti alternativi". *L'Economist* ha definito il nostro tempo come quello della *post-verità*, mentre le *fake news*, notizie false spacciate per vere, dominano incontrastate nell'universo digitale. Nell'era di internet, in cui gli strumenti di comunicazione hanno compiuto passi da gigante, difendere la verità dei fatti diventa sempre più essenziale. La fiducia nei media tradizionali, che dovrebbero garantire correttezza e obiettività, viene spesso messa in discussione, mentre il contenuto dei canali digitali, privi di filtri, finisce spesso per avere più credibilità. La propaganda, certo, non è una novità: la disinformazione, con dati falsi diffusi consapevolmente, è sempre stata uno strumento di controllo. Ma oggi qualcosa è cambiato. Grazie alle tecnologie digitali, le opinioni che come cittadini abbiamo il diritto di esprimere, possono essere condivise istantaneamente con il mondo intero.

La crisi della credibilità

Già nel 2015, Umberto Eco osservava: «*I social media danno diritto di parola a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar, senza danneg-*

giare la collettività. Venivano subito messi a tacere, mentre ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel.» Il problema, però, non riguarda tanto chi diffonde teorie assurde, dalla Terra piatta alle cure miracolose, quanto chi ascolta e finisce per credere alle notizie solo perché circolano online, senza alcuna verifica.

Ma come siamo arrivati a questo punto? L'avvento di internet e, soprattutto, degli smartphone ha rivoluzionato la comunicazione: ha accelerato la trasmissione delle informazioni, ma ha anche ridotto la nostra capacità di analisi e riflessione. Con la digitalizzazione, ogni tipo di contenuto, che si tratti di notizie, messaggi, immagini, pubblicità o intrattenimento, viene concentrato in un unico canale, generando un sovraccarico informativo che supera la nostra capacità di gestirlo o anche solo di filtrarlo. Così la disponibilità di informazioni che un tempo era considerata come un fattore positivo, con l'avvento di internet è diventata paradossalmente un problema.

Le logiche degli algoritmi

Il ruolo dei social media, con piattaforme come Facebook, Instagram, X (ex Twitter) e TikTok, hanno amplificato questo problema, rendendo

ancora più complesso il processo di selezione e valutazione. In un ambiente dove gli utenti non sono solo lettori, ma anche produttori e diffusori di notizie, chiunque può condividere informazioni, vere o false che siano, in modo semplice, immediato e senza costi.

I social media sono progettati per massimizzare il tempo e l'attenzione degli utenti, con un modello di business basato sulla vendita dei loro dati comportamentali agli inserzionisti. Gli algoritmi dei social media puntano a incrementare le interazioni: quando un messaggio, anche se privo di fondamento, viene condiviso ripetutamente da un vasto pubblico con opinioni simili, guadagna credibilità grazie all'effetto eco. Questo meccanismo, oltre a creare un vantaggio economico alla piattaforma social, spinge gli utenti a confermare le proprie convinzioni, isolandoli in una *bolla* che limita la possibilità di confrontarsi con opinioni diverse. Ad esempio, un utente che diffida del cambiamento climatico consulterà prevalentemente post che negano l'impatto del riscaldamento globale, fornendo agli algoritmi indicazioni sulle sue preferenze. Di conseguenza, la piattaforma gli proporrà sempre più messaggi contrari al cambiamento climatico, mentre nasconderà o ridurrà la visibilità di quelli che ne riconoscono la gravità e l'urgenza.

L'importanza del pensiero critico

A ciò si aggiunge che i limiti di tempo e di attenzione portano a sintetizzare i messaggi, evitando la verifica delle fonti e privilegiando giudizi rapidi, spesso dettati dall'emotività. Questo approccio impulsivo genera facilmente polemiche e dibattiti accesi. Il risultato è un ulteriore vantaggio per le piattaforme social, perché aumenta il tempo di permanenza degli utenti. Una conseguenza che ne deriva, e che è spesso sottovalutata, è la polarizzazione sempre più marcata delle opinioni.

Un sistema di comunicazione in cui tutti possono interagire con tutti, a costi quasi nulli, avrebbe dovuto favorire un arricchimento culturale e una comunicazione più democratica. Invece, la mancanza di verifiche e di controlli qualitativi sulle fonti, ha portato alla diffusione incontrollata di

Disinformazione e intelligenza artificiale

Nella crisi della credibilità dell'informazione un ruolo rilevante lo sta giocando anche l'intelligenza artificiale, uno strumento molto potente per la creazione di contenuti, la cui natura dipende pur sempre da chi, a monte, ne fa uso. Sono infatti gli utenti a sfruttarne le potenzialità per dare visibilità a messaggi ingannevoli, con scopi più o meno malevoli, dall'uso giocoso o satirico, alla disinformazione mirata, fino a vere e proprie campagne di manipolazione.

Un sistema di intelligenza artificiale viene addestrato su enormi quantità di dati, testi, suoni e immagini, che gli permettono di apprendere degli schemi logici. Se gli viene chiesto di generare o perfezionare menzogne, il sistema può sfruttare questi dati per comporre frasi, immagini o filmati talmente realistici da sembrare veri. È così che nascono i *deepfake*, le false immagini del Santo Padre con un improbabile piumino firmato, o il rocambolesco filmato dell'arresto (fittizio) del Presidente degli Stati Uniti.

Come sottolineano i giuristi Bobby Chesney e Danielle Citron la posta in gioco è molto alta: *"Con la progressiva diffusione dei deepfake l'opinione pubblica dubiterà dei propri occhi e delle proprie orecchie perfino quando l'informazione è vera."** Il tracollo della fiducia potrebbe avere implicazioni profonde a livello politico, perché un mondo pieno di dubbi ed incertezze, sottolineano Chesney e Citron, è un clima propizio per l'autocrazia e pessimo per la democrazia.

*Chesney, R., & Citron, D. K. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(7), 1753-1823.

«I social media danno diritto di parola a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar, senza danneggiare la collettività. Venivano subito messi a tacere, mentre ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel.»
(Umberto Eco)

disinformazione e menzogne. Ecco perché, oggi più che mai, è cruciale essere critici e scegliere con attenzione le fonti d'informazione alle quali ci affidiamo sia per seguire la cronaca e l'attualità sia per approfondire i temi che più ci interessano.

