mondoperaio
Rivista mensile fondata da Pietro Nenni

Data 08-2017
Pagina 45/49
Foglio 1 / 5

>>>> saggi e dibattiti

Fake news

L'alternativa alla censura

>>>> Gustavo Ghidini - Alessandro Massolo

Il fenomeno delle *fake news* non ha nulla di nuovo. Si pensi, ad esempio, alla "notizia", creduta da quasi il 15% dell'opinione pubblica americana (i cosiddetti *birthers*), della nascita di Obama in Africa, con la conseguenza della sua ineleggibilità alla presidenza degli Stati Uniti; o, per andare più lontano, alla responsabilità dei comunisti tedeschi per l'incendio del Reichstag. E' nuovo, invece, il modo di "fare" e trasmettere informazioni. Internet ha cambiato la prospettiva, in profondo. Oggi l'informazione del pubblico non è più affidata esclusivamente al giornalismo professionale, con le sue regole di responsabilità, i controlli gerarchici interni, i vincoli (non sempre stretti) della attesa di credibilità da parte di lettori e ascoltatori. Con la nascita e la crescente affermazione delle grandi piattaforme (cosiddette *Over the top*, Ott) – quali Google, Amazon, Facebook e poche altre – l'informazione è anche prodotta dal flusso di contenuti generato dagli utenti, fondamentalmente tuttora non soggetto a vigilanza né a regole professionali.

Accanto al beneficio della più diffusa partecipazione "dal basso" al dibattito sociale, questa nuova situazione comporta un costo pesante: un flusso senza precedenti di notizie false e comunque di dubbio fondamento. Il dilagare delle *fake news* (quelle che possono destare allarme sociale su temi come la salute, la sicurezza, i rischi ambientali, i diritti umani) minaccia soprattutto le giovani generazioni, che la comunicazione digitale – disabituando dal "pensiero lento" - allontana dalla lettura dei giornali e più ampiamente dal meditato confronto di opinioni e informazioni.

La quasi totalità dei giovani tra i 20 ed i 34 anni usa la rete in maniera assidua, anzi in sostanza quotidianamente: e fra le attività più comuni effettuate dai giovani sulla rete si scopre che il 74,1% legge post di amici/*follower* e il 63,2% legge news[1]. Molti, tuttavia, hanno difficoltà nel giudicare la veridicità delle notizie diffuse online, come dimostrato da un altro studio dei ricercatori di Stanford[2].

> Il fenomeno è descritto con il termine post-truth, vale a dire "la circostanza in cui i fatti obiettivi sono meno influenti sull'opinione pubblica rispetto agli appelli emotivi e alle convinzioni personali"

I giovani, e non solo, s'informano quindi attraverso la rete, nella quale i grandi colossi come Facebook e Google sono ormai in effetti diventati delle *media companies* al pari di grandi *news broadcaster* come Sky, Bbc e – *si parva licet* – Rai e Mediaset. Non sorprende che lo stesso Zuckerberg abbia affermato in una recente intervista che Facebook è una *media company*[3]. Le *fake news* sono quindi una minaccia reale per l'informazione e la comprensione delle nostre società civili, per cui vi è l'esigenza di promuovere misure per affrontare il problema in termini di "efficienza democratica" (per usare un'espressione coniata da Giuliano Amato rispetto all'antitrust): dunque per arginare i rischi per la società senza soccombere a tentazioni censorie.

In proposito dichiariamo senz'altro una netta preferenza per un approccio ispirato alla logica del servizio pubblico universale. Un tale approccio deve ovviamente ed anzitutto misurarsi con le tecnicalità della creazione e diffusione delle *fake news*. Attraverso lo sfruttamento dei loro algoritmi gli Ott filtrano le informazioni per offrire un servizio ritagliato sulle preferenze dell'utente, sfruttando le informazioni personali di quest'ultimo raccolte durante la fruizione del servizio fornito dalla piattaforma: come ad esempio le sue abitudini, le sue preferenze e caratteristiche[4].

1 Dati estrapolati dalla ricerca dell'Istituto Toniolo condotta a gennaio 2017 su un campione di 2182 persone (Istituto Giuseppe Toniolo di studi superiori dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, *Le "Bufale" nella rete. Diffusione, uso, insidie dei social network*, Rapporto Giovani, gennaio 2017.

2 D. BROOKE, *Stanford researchers find students have trouble judging the credibility of information online*", in *Stanford News*, 22 novembre 2016.

3 *Corriere comunicazioni*, 3 febbraio 2017.

4 A. EZRACHI, E.S. STUCKE, *Virtual Competition The promise and perils of the algorithm-driven economy*, Harvard University Press, 2016.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Josef Drexl, condirettore del Max Planck-Institut di Monaco di Baviera, in un recente articolo (5 settembre 2016) sulla *Sueddeutsche Zeitung*, ha infatti affermato che "gli algoritmi decidono in merito alle notizie", e che "le democrazie non dovrebbero lasciare la formazione delle opinioni esclusivamente ai social network". E ciò è tanto più sacrosanto in quanto anche altri protagonisti del web, individuali o associati, hanno imparato a servirsi di tali algoritmi, sfruttando la cosiddetta "logica del *like*" o dei siti più cliccati per diffondere informazioni false con l'obiettivo di creare opinioni infondate con effetti socio-politici negativi. Sono emersi infatti casi come quello del giovane diciottenne macedone che in sei mesi ha guadagnato 56 mila euro fabbricando bufale diffuse sui social o siti di informazioni col fine di ottenere quanti più *like* o *click* possibili e guadagnare sempre di più[5]: bufale che poi si diffondono nella rete dando "l'illusione della maggioranza", vale a dire l'errore di ritenere tali informazioni come un fenomeno generalizzato anche quando in realtà non lo è[6].

È questo il fenomeno descritto riassuntivamente con il termine *post-truth*, vale a dire "la circostanza in cui i fatti obiettivi sono meno influenti sull'opinione pubblica rispetto agli appelli emotivi e alle convinzioni personali"[7]. Di conseguenza si vengono a formare opinioni basate su informazioni non vere la cui dimostrazione di infondatezza rischierebbe tempo e sforzi, come ha scritto Pierluigi Battista[8]. Si viene così ad ostacolare, se non impedire, l'accesso dell'utente ad altre contrastanti informazioni che gli consentirebbero di farsi una opinione più meditata, invece che avvitarsi sulle sue preferenze o quelle della sua ristretta cerchia di amici.

Si potrebbero realizzare interventi sia top down sia bottom-up. E si possono prevedere interventi di stampo pro concorrenziale a garanzia del pluralismo dell'informazione

Ad esempio, una delle notizie più circolate durante la recente campagna elettorale americana era quella di una profezia attribuita al musicista dei *Nirvana* Kurt Cobain, il quale nel 1993 avrebbe previsto che la sua generazione avrebbe eletto in futuro come Presidente degli Stati Uniti "un tipo alla Donald Trump". Peccato che tale citazione, che ha fatto il giro dei social media, fosse inventata, come ha osservato Gianni Riotta[9]. È difficile non pensare che il fine ultimo di tale notizia fosse quella di far leva sull'emotività della gente nel ricordo del musicista per spingerla a votare l'attuale presidente americano.

Regno Unito, Germania e Francia si sono già attivate ed hanno costretto alcuni fra i principali Ott, come ad esempio Facebook, ad adottare delle misure per frenare la diffusione delle *fake news*. In particolare il Regno Unito ha da poco avviato una consultazione pubblica sul tema, sottolineando come le *fake news* rappresentino una minaccia per la democrazia compromettendo la fiducia nel sistema dell'informazione[10]. La Germania ha presentato un progetto di legge che prevede multe fino a 50 milioni di euro contro le *fake news* e l'odio in rete[11].

A livello europeo si cerca di promuovere una soluzione univoca per tutti paesi membri per garantire la corretta informazione ai cittadini, e si annunciano interventi sugli Ott qualora essi non introducano controlli adeguati per impedire la circolazione di notizie false[12]. La Commissione Ue aveva già presentato a maggio 2016 – insieme a Facebook, Twitter, Youtube e Microsoft – un codice di condotta con un elenco di impegni per combattere la diffusione dell'illecito incitamento all'odio online in Europa[13].

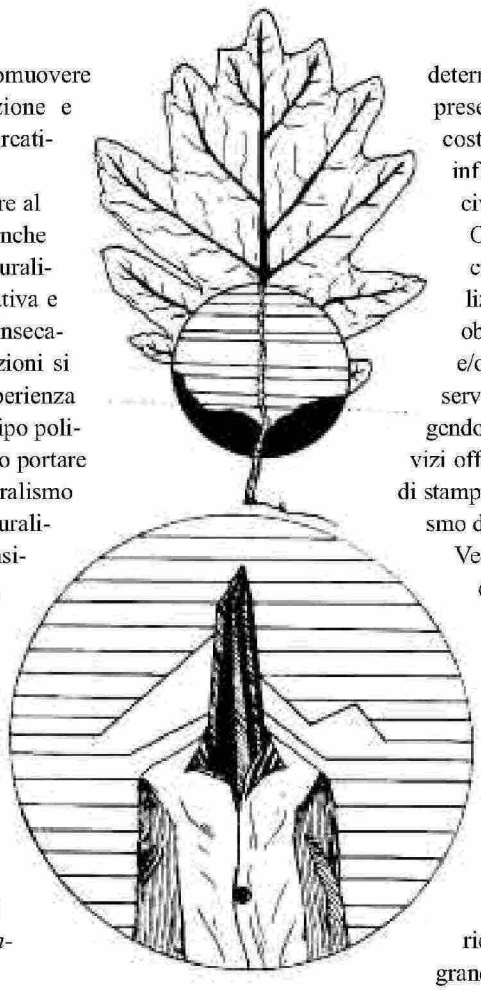
Siamo nettamente favorevoli, ripetiamo, all'adozione di una regolazione ispirata alla logica del servizio pubblico universale. Un buon modello di partenza può considerarsi quello del miglior esempio europeo di servizio pubblico radiotelevisivo, la Bbc, fondato sull'*Agreement* del 2006 (recentemente rinnovato a dicembre 2016), che imponeva alla Bbc, fra gli obiet-

5 L. GAROFALO, *Fake news, ha guadagnato 56mila euro in 6 mesi 'fabbricando' bufale. La storia di un 18enne macedone*, key4biz.
6 K. LERMAN, X. YANG e X WU, *The Majority Illusion in Social Networks*, USC Information Sciences Institute, Canada, 10 giugno 2015.
7 Oxford Dictionaries, "*post-truth definition*", disponibile sul sito web: https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth
8 *Corriere della Sera*, 17 novembre 2016.
9 *La Stampa*, 17 novembre 2016.
10 UK Parliament, *Fake news inquiry launched*, UK parliament, 30 gennaio 2017.
11 J. Fioretti in *Reuters*, 17 marzo 2017; A. Nepori in *La Stampa*, 14 marzo 2017: "La proposta di legge prevede che i social network attivino una procedura per la segnalazione dei contenuti illegali che sia "prontamente identificabile, accessibile e sempre disponibile". Impone inoltre una stretta sui tempi di verifica, che devono avvenire il più rapidamente possibile. Le piattaforme dovranno inoltre cancellare post, immagini e video che violano la legge in maniera palese entro 24 ore, informando sempre in maniera trasparente gli autori delle segnalazioni. C'è infine l'obbligo di redigere una relazione pubblica trimestrale che riporti il numero di richieste ricevute, i metodi utilizzati per trattare le segnalazioni e una valutazione sulla professionalità dei team impegnati nella moderazione dei contenuti".
12 *Corriere della Sera*, 31 gennaio 2017.
13 Commissione europea, *La Commissione europea e le aziende informatiche annunciano un codice di condotta sull'illecito incitamento all'odio online*, Comunicato stampa, 31 maggio 2016.

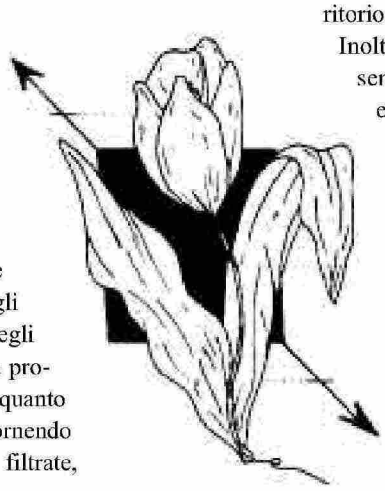
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

tivi generali primari, quello di promuovere valori di cittadinanza, di educazione e apprendimento, e di stimolare la creatività e l'eccellenza culturale.

Una tale ispirazione dovrebbe restare al centro dell'intervento regolatorio anche a fronte di eventuali situazioni di pluralismo strutturale dell'offerta informativa e culturale privata. Il carattere intrinsecamente contingente di siffatte situazioni si riconduce in ultima istanza, nell'esperienza storica, ad indirizzi e influenze di tipo politico opportunistiche, che potrebbero portare all'apparente paradosso di un pluralismo economico (competitivo) senza pluralismo culturale e politico. Ciò consiglia senz'altro di tener fermi, appunto, logica e doveri del servizio pubblico come garanzia permanente delle esigenze collettive di pluralismo informativo e culturale di una società democratica. Ma ora quali misure possono essere adottate ispirandosi alla logica del servizio pubblico nel rispetto della libertà di espressione e di opinione, così evitando di incorrere in una "*censura del web*"[14]?



Preliminarmente, occorre ricordare alcuni principi affermati dalla Commissione europea in una sua comunicazione del maggio dello scorso anno, ai quali ci si potrebbe ispirare per disciplinare le piattaforme online. In primo luogo bisognerebbe garantire una condotta responsabile delle piattaforme online per la proliferazione di contenuti falsi o comunque nocivi, anzitutto in relazione ai minori fra gli 11 e i 16 anni, i quali rappresentano il 33% degli utenti di internet. In secondo luogo bisogna promuovere la fiducia e la trasparenza per quanto riguarda la raccolta dei dati personali, fornendo spiegazioni agli utenti su come "vengono filtrate, determinate e personalizzate le informazioni presentate soprattutto quando tali informazioni costituiscono la base di decisioni di acquisto o influenzano la loro partecipazione alla società civile"(CE, p. 12; 2016).



Orbene, anche sulla scia dei principi enunciati dalla Commissione, si potrebbero realizzare interventi sia *top down* (attraverso obblighi che incidono a monte sulla struttura e/o sulla metodologia della prestazione dei servizi offerti dagli Ott), sia *bottom-up*, coinvolgendo gli stessi utenti durante la fruizione dei servizi offerti. Infine, si possono prevedere interventi di stampo pro concorrenziale a garanzia del pluralismo dell'informazione.

Vediamo da vicino. Un'adeguata regolazione dovrebbe sancire anzitutto l'obbligo di informare gli utenti in merito ai criteri di formazione e di funzionamento degli algoritmi. E sempre in una logica di maggior trasparenza si potrebbe prevedere, così come avviene per la Bbc, che i motori di ricerca e i social networks pubblichino una lista di tutti i siti e pagine web che ospitano sulla loro piattaforma - indicandone il nome e una loro breve descrizione - fino a richiedere di favorire l'accesso a tutti i più grandi giornali del paese, per diffusione sul territorio o per numero di click.

Inoltre si potrebbero regolare le forme di presentazione delle pagine dei motori di ricerca e di altri Ott affinché essi presentino *più risultati di ricerca*: in pratica, una doppia schermata che riporti da una parte i risultati basati sull'algoritmo e dall'altra dei risultati "neutri", cioè non influenzati dalla profilazione dell'utente. Ad esempio, esistono dei motori di ricerca alternativi come Qwant e Socrates Search. Quest'ultimo, ideato a Londra, offre 5 bottoni di ricerca differenti (ricerca la chiarezza, sfida le supposizioni, fornisce le evidenze, esplora le alternative e considera le implicazioni), ciascuno dei quali offre risultati diversi, il cui fine

14 Si veda, sul *Fatto Quotidiano* del 13 marzo 2017, *La censura social spiegata a mio padre* di M. Natangelo.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ultimo è quello di fornire più prospettive di indagine circa il quesito posto[15]. A fronte di questi recenti progressi, non è azzardato sperare che la continua ricerca e sperimentazione porti a strumenti tecnologici sempre più incisivi per "dialettizzare" la circolazione sulla rete delle notizie potenzialmente fonte di allarme sociale.

Beninteso: ci rendiamo ben conto, comunque, dei limiti attuali di queste tecnologie. Né certo si devono loro affidare attese di onnipotenza: ma intanto si usino quelle più efficienti e le si imponga, al di là della pur lodevole *self-regulation* delle piattaforme. Non è accettabile che la soluzione di problemi di tale gravità sociale venga affidata all'iniziativa dei privati, legittimamemte guidata dai loro propri interessi: massimamente ove tali privati detengano, singolarmente o congiuntamente, posizioni dominanti.

Si dovrebbero sempre più responsabilizzare le piattaforme, fino a indurle ad adottare i rimedi tecnologici efficienti via via disponibili per arginare la proliferazione delle notizie false

Si dovrebbero sempre più responsabilizzare le piattaforme, fino a indurle ad adottare, ove esistano, i rimedi tecnologici efficienti via via disponibili per arginare i problemi della proliferazione delle notizie false e comunque sospette, prevedendo in caso di inadempimento sanzioni incisive, come la Germania è avviata a fare. Ad esempio si potrebbe richiedere che le piattaforme *online* blocchino l'accesso ai robot diffusori di notizie false[16]. Molte delle notizie false che circolano sul *web* sono infatti originate da robot, i quali sfruttano la profilazione degli utenti effettuata dagli algoritmi per influenzare singoli e gruppi[17]. Un siffatto tipo di intervento normativo potrebbe peraltro incoraggiare una salutare gara nell'adottare *standards* efficaci di contrasto al fenomeno, così incentivando una *competition on merits* fondata sulla maggior credibilità delle piattaforme più capaci di filtrare *fake news* e così elevare la qualità dell'informazione dei cittadini.

Quanto agli interventi *bottom up*, si potrebbe incoraggiare la diffusione dei *fact-checkers*, e cioè di tutte quelle pagine web che controllano se alcune informazioni, fra quelle che sono circolate di più, siano basate su fatti o evidenze vere[18]. Facebook ad esempio, ha recentemente ideato un pulsante che consente ai suoi utenti di segnalare i *fakes* al fine di rimuoverle dal *social network*. Sembra che un tale meccanismo verrà adottato prossimamente in Germania. Gli utenti tedeschi potranno segnalare i *fakes*, i quali saranno inviati a un *fact-checker* denominato *Korrektiv*. Se quest'ultimo accerterà che la notizia è falsa, essa verrà inserita nel gruppo delle notizie "contestate" con relativa spiegazione del perché. A questo tipo di notizie, inoltre, non verrà dato risalto nella *news feed* del *social*, e gli utenti riceveranno un avviso se decidono di condividerla[19].

Anche Google ha recentemente introdotto l'etichetta *fact check*, la quale, quando si effettua una ricerca che restituisce un risultato che contiene la verifica dei fatti di uno o più affermazioni pubbliche, consentirà la visualizzazione di tale informazione nella pagina dei risultati.

Ancora – e sempre rispetto a temi di particolare rilevanza sociale – l'Autorità competente potrebbe ordinare che siano inseriti degli appositi *alert* che, sulla base dei controlli effettuati dai *fact chekers*, mettano in guardia circa il rischio di falsità senza limitare a priori la libera manifestazione del pensiero degli utenti.

Infine un garantistico bilanciamento di interessi fra chi diffonde notizie e chi esprime un'argomentata contestazione o comunque un argomentato dubbio potrebbe suggerire la previsione di un duplice obbligo per i motori di ricerca e *social network:* a fronte di una notizia idonea a suscitare allarme sociale, eseguire un'immediata ricerca in rete di argomentate opinioni contrarie, contrapponendole tempestivamente con evidenza alla notizia sospetta; assicurare un ampio ed egualitario diritto di tribuna a quei soggetti professionalmente qualificati che comunichino ai motori di ricerca e ai *social network* motivate contestazioni circa la veridicità della notizia diffusa. In entrambi i casi la pubblicazione dell'opinione contraria – ovvero dell'opinione dissenziente – dovrà essere comunicata all'Autorità di vigilanza, che potrà emanare una ingiunzione di tipo *notice and take down* nei confronti di chi ha diffuso la notizia contestata.

Il tema che ci occupa incrocia anche quello del pluralismo

15 Ne ha scritto F. Colonna sulla *Lettura* del 20 novembre 2016.

16 F. PIZZETTI, *Relazione introduttiva al XXXII Convegno Osservatorio 'Giordano dell'Amore'*", Cndps e Fondazione Cariplo, 5 Maggio 2017.

17 Va senza dire che la responsabilità per quanto "prodotto" dai robot va imputata oggettivamente alle imprese che i robot utilizzano e dalle cui prestazioni traggono utili. "L'ha fatto il robot" non può mai costituire argomento per l'esenzione o l'attenuazione della responsabilità dell'impresa.

18 *Hyperpartisan Facebook Pages Are Publishing False And Misleading Information At An Alarming Rate*, in *BuzzFeed news*, dicembre 2016.

19 *Facebook rolls out fake news filter in Germany to foil election hoaxes*, di H. Kuchler, in *Financial Times*, 16 gennaio 2017.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

dell'informazione. E' evidente che un pluralismo effettivo di fonti è maggiore garanzia di dialettica, di emersione di punti di vista, di argomenti e fatti diversi. Si rendono quindi opportuni interventi volti ad evitare che l'informazione sia concentrata in poche imprese. Come sottolineato all'inizio, un numero sempre crescente di individui si informa sulle piattaforme degli Ott, che sono ormai diventate delle vere e proprie media company. Ad oggi tali piattaforme possono contarsi sulle dita di una mano, e un loro potere di mercato potrebbe tradursi in un'eccessiva concentrazione dell'informazione. Interventi quindi tesi a facilitare l'entrata di altri operatori concorrerebbero ad aumentare il pluralismo dell'informazione.

In questa prospettiva, per mantenere i mercati aperti e imparziali (e assecondare la *data-driven economy*) si dovrebbero favorire misure che consentano agli utenti di passare da una piattaforma all'altra nel modo più semplice possibile. In particolare si potrebbero adottare misure che consentano la "portabilità dei dati"[20] nel passaggio da una ad altra piattaforma: "La decisione degli utenti di rimanere presso la stessa piattaforma online e continuare a condividere i dati dovrebbe essere una libera scelta legata alla qualità del servizio offerto e non deve essere condizionata dalla presenza di ostacoli al passaggio da una piattaforma all'altra".

In questo modo si favorirebbe la realizzazione di un *level playing field* fra piattaforme[21], al contempo ostacolando la creazione o la persistenza di situazioni monopolistiche nella diffusione dell'informazione e nella formazione delle opinioni. La Commissione europea, nella valutazione di casi di concorrenza come ad esempio il caso Google AT.39.740, aveva infatti rilevato che la concorrenza fra piattaforme *online* poteva essere ostacolata dall'applicazione da parte di alcune di esse, nel caso di specie Google, di condizioni contrattuali ai loro utenti commerciali con effetti di *lock-in*, vale a dire volte a impedire la portabilità di campagne pubblicitarie su altre piattaforme *online*.

La pubblicazione dell'opinione contraria
dovrà essere comunicata all'Autorità
di vigilanza, che potrà emanare
una ingiunzione nei confronti
di chi ha diffuso la notizia contestata

Infine altri rimedi potrebbero consistere in primo luogo nella separazione societaria o funzionale. Si potrebbe prevedere la suddivisione delle principali piattaforme in tante imprese quanti sono i servizi offerti agli utenti. In tal modo questi ultimi saprebbero che i loro dati sono utilizzati esclusivamente per realizzare i singoli servizi di cui stanno usufruendo e non altri. Allo stesso tempo le grandi piattaforme non potrebbero sfruttare la propria posizione di dominanza in certi mercati per costituirla in altri o comunque ostacolare l'accesso a nuovi entranti. L'adozione di un tale tipo di interventi necessita tuttavia di un'attenta e approfondita analisi, in particolare rispetto al possibile impatto sullo sviluppo tecnologico rispettivamente collegabile alla attività delle grandi piattaforme e all'ingresso nel mercato di Pme innovative.

In secondo luogo, l'applicazione della dottrina delle "infrastrutture essenziali", cioè dell'accesso aperto (equamente remunerato) a tecnologie avanzate non adeguatamente sostituibili da parte dei concorrenti, consentirebbe la qualificazione dei *big data*[22] prodotti dalle piattaforme come strumenti di lavoro *indispensabili*: il mancato accesso ai quali consentirebbe di escludere altri operatori dai mercati rilevanti (a monte e/o a valle), così inibendo la diffusione di nuovi beni e servizi a scapito dei consumatori[23].

20 Come viene precisato nel Regolamento UE 2016/679, entrato in vigore il 24 maggio 2017, la portabilità dei dati è importante anche al fine di rafforzare il controllo sui medesimi: "E' opportuno […] che l'interessato abbia il diritto, qualora i dati personali siano trattati con mezzi automatizzati, di ricevere in un formato strutturato, di uso comune, leggibile da dispositivo automatico e interoperabile i dati personali che lo riguardano che abbia fornito a un titolare del trattamento e di trasmetterli a un altro titolare del trattamento. È opportuno incoraggiare i titolari del trattamento a sviluppare formati interoperabili che consentano la portabilità dei dati. Tale diritto dovrebbe applicarsi qualora l'interessato abbia fornito i dati personali sulla base del proprio consenso o se il trattamento è necessario per l'esecuzione di un contratto. Non dovrebbe applicarsi qualora il trattamento si basi su un fondamento giuridico diverso dal consenso o contratto". All'art. 20 viene disciplinato il diritto relativo alla portabilità dei dati delle persone fisiche (UE; 2016).

21 "*Some barriers … apply to the activities of individual firms, while others also apply to data portability among firms. Portability is possible due to the data's non-rivalrous nature, 'a key factor for effective competition' in data markets*", Michal S. Gal e Daniel L. Rubinfeld, *Access Barriers to Big Data,* SSRN, 29 agosto 2016, US.

22 I big data si differenziano dai 'semplici' dati per (i) il **volume**: la quantità di dati raccolti è enorme; (ii) la **velocità**: i dati sono in continua evoluzione e necessitano di analisi in 'tempo reale', effettuate tramite l'utilizzo di complessi algoritmi; (iii) la **varietà**: i dati cambiano a seconda del contenuto e del formato.

23 I. GRAEF, *EU Competition Law, Data Protection and Online Platforms, Data as Essential Facility*", Wolters Kluwer, 2016.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.