



4

Un supporter del presidente americano eletto Donald Trump alla convention repubblicana di Cleveland, in Ohio.

# Impariamo a difenderci dalla POST VERITÀ

PER L'OXFORD DICTIONARY, "POST-TRUTH" È LA PAROLA DELL'ANNO. IL MECCANISMO PER CUI ALCUNI SEMPLICI CONTENUTI VENGONO PERCEPITI COME AUTENTICI È ALLA BASE DEI GRANDI FENOMENI VIRALI: DALLE TESI DEI SOSTENITORI DEL PRESIDENTE AMERICANO ELETTO DONALD TRUMP ALLE TEORIE COMPIOTTISTE. QUI UNO STUDIOSO ITALIANO CHE CONOSCE BENE QUESTO FENOMENO SPIEGA A GRAZIA COME NON FARSI INGANNARE *di Walter Quattrociocchi*

**L'**Oxford Dictionary, il dizionario più autorevole del mondo, ha eletto la parola "post-truth", ossia "post verità", parola dell'anno. Sono quei contenuti che non dicono la verità, ma sono immediati da capire, rassicuranti perché gratificano e soddisfano, suscitano una fervida partecipazione e si fortificano con la condivisione di utenti in Rete. Ne abbiamo parlato con Walter

Quattrociocchi, 36 anni, direttore di Laboratory of Computational Social Science alla Scuola IMT Alti Studi di Lucca, e autore del libro *Misinformation* (Franco Angeli) scritto con la giornalista Antonella Vicini. Ecco che cosa ci ha detto.

La vittoria di Donald Trump alle presidenziali americane ha aperto gli occhi a tutti, ma la

"post-truth", ossia la post verità, ha a che fare con le cattive abitudini, prima tra tutte quella di non avere voglia di sviluppare pensiero critico e d'informarsi accuratamente. Non siamo diventati tutti creduloni, però Facebook e gli altri social sono lo specchio della società. Sul web da un lato c'è una sorta di supermercato delle notizie, dove la qualità non è la caratteristica più importante,



dove ognuno trova argomenti che più fanno al caso suo, e soprattutto dove i più selezionano le informazioni che confermano le risposte che stanno cercando. In questo modo posso facilmente trovare persone che la pensano come me e con le quali posso interagire e costruire una narrazione in cui mi riconosco. Ed è qui che entra in scena ciò che viene definita "echo-chamber", ossia cassa di risonanza, cioè quell'intesa che costruisco con coloro che la pensano proprio come me. Qui, dove letteralmente rimbomba l'eco della mia voce, posso solo avvalorare la mie tesi e non devo fare appello al senso critico.

Noi del Laboratorio di scienze sociali computazionali abbiamo analizzato una quantità enorme di dati e verificato che, quando le persone si polarizzano su una narrazione, vuol dire che acquisiscono dati solo su ciò che cercano, anche se sono infondati. Non è il risultato del dilagare di un generale impoverimento culturale: più che altro è dovuto all'aumento esponenziale delle informazioni alle quali siamo esposti. Per esempio, quando i media parlano di vaccini, non fanno semplicemente riferimento a quanto facciano bene o male, ma scrivono di effetti collaterali, danno percentuali e si concentrano sulle eccezioni, rendendo più complessa la materia. Persino a chi ha una laurea.

Oggi, con le dovute differenze, siamo di fronte a una complessità che facciamo fatica a decifrare e che fronteggiamo cercando spiegazioni semplici. Ci troviamo come l'uomo primitivo che, alla vista dei fulmini, pur di darsi una spiegazione si affidava al soprannaturale.

**Il problema è che, semplificando, finiamo per colmare le incertezze con la narrazione.** Da un lato c'è chi ha eretto la scienza a divinità: un paradosso, visto che la scienza è invece un processo conoscitivo che

si basa sull'evidenza. Dall'altro c'è il fascino esercitato dalle **teorie complottiste, come nel caso dei vaccini: in tanti pensano che le case farmaceutiche pilotino la classe medica per diffonderli.**

Il fenomeno della "post-truth society" lo ha spiegato il quotidiano americano *The New York Times*: di fronte ai social network e alla velocità della Rete è saltata la struttura di selezione delle verità, insieme con l'intermediazione degli esperti autorevoli. L'informazione ufficiale ha perso valore, notizie e opinioni vengono accolte solo se sono adattabili a ciò che conosciamo già.

Siamo di fronte al crollo dell'illusione illuminista, che lascia spazio all'essere umano irrazionale, pieno di contraddizioni, preda dell'emotività, che si muove per paura o per pigrizia.

**Ma ci si può difendere, magari imitando il metodo scientifico. La scienza osserva fenomeni, cerca di stare più fuori possibile dalla narrazione, si affida ai dati che, fino a prova contraria, sono i più probabili. Ed è questo che bisogna insegnare, il pensiero scettico positivo.** Come? Spiegando anche ai comunicatori che la complessità non è d'immediata fruizione per l'utente medio. E questo riguarda tutti, anche i medici quando parlano dei vaccini con i propri pazienti, perché una mamma che non è ben informata può essere più facilmente influenzabile da voci infondate sui falsi effetti collaterali delle medicine. Con il mio gruppo di ricerca stiamo lavorando a un osservatorio permanente sui social network, che sia parte terza, anche rispetto a Google o a Facebook, in grado di verificare i contenuti. Il tema è talmente d'attualità che il 29 novembre ne parleremo alla Camera dei deputati, dove il presidente Laura Boldrini ci ha invitato a un confronto. Di lavoro da fare ce n'è.

(Testo raccolto da Lucia Valerio) ■

## Da deluso, a re delle bufale

«Ora le definiscono post-verità ma io le chiamo col vero nome, cioè bufale. Quelle che ho creato io in passato e per cui sono stato querelato». Parla così Ermes Maiolica (il suo è un nome d'arte), 33 anni, metalmeccanico di Terni con la passione per il web. È diventato famoso l'anno scorso perché ha raggiunto più di un milione di visualizzazioni in tre ore, con tre notizie false ideate da lui e arrivate sui più importanti siti d'informazione. Tra le sue vittime ci sono personaggi dello spettacolo, ma anche politici come l'ex premier Enrico Letta, l'ex governatore Roberto Formigoni o l'ex ministro Cécile Kyenge. La sua tecnica? Ideare la falsa notizia, legarla a un link non riconducibile a un sito vero e proprio (ma che a una prima lettura assomiglia a un accreditato indirizzo web) e poi postarlo nella bacheca di blog molto seguiti, come quello del Movimento 5 Stelle. O su pagine Facebook dedicate ai fan del personaggio di cui scriveva: migliaia di utenti nel giro di poco tempo lo avrebbero condiviso. «Lo facevo senza fini di lucro, per questo sono riuscito a far ritirare le querele a mio carico», ammette. «Creo le false notizie, ma poi è il web che dà loro un'identità e le rende popolari. Qualcuno mi ha minacciato perché si è sentito truffato: è vero, ma dalla sua intelligenza». Il potenziale di Maiolica non è sfuggito alle compagnie di viral marketing, qualcuna gli ha proposto un contratto per affiancare pubblicità alle sue "notizie". Ma come ha iniziato? «In passato anch'io ho creduto alle scie chimiche e ai vaccini che provocavano l'autismo», dice. «Poi, da lettore deluso, ho capito il meccanismo e mi sono voluto divertire». (A.V.)