



Repubblica di San Marino

COMITATO SAMMARINESE DI BIOETICA

**LA BIOETICA NELLA TRASFORMAZIONE
DELLA COMUNICAZIONE:
LA CONOSCENZA COME DIFESA DALLE
“FAKE NEWS”**

APPROVATO IL 26 APRILE 2023

SOMMARIO

SOMMARIO	2
PRESENTAZIONE	4
INTRODUZIONE	6
DEFINIZIONI E RIFERIMENTI	8
LA SOCIETÀ CONTEMPORANEA: SOCIETÀ DEL RISCHIO O, MEGLIO, SOCIETÀ DELL'INCERTEZZA	11
Società del rischio.....	11
Società liquida.....	12
Società narcisistica	14
SOCIETÀ E DISINFORMAZIONE	16
I COMUNICATORI	18
Disinformazione e giornalismo	20
INTERNET E INTELLIGENZA ARTIFICIALE	23
CARATTERISTICHE INTRINSECHE AL MONDO DEI NUOVI MEDIA	26
Accessibilità	26
Permanenza nel tempo	26
Abbandono del contesto	27
Difficoltà di definire appieno i confini tra pubblico e privato	27
Ascolto/Verosimiglianza (nonostante tutto)	28
La bolla di filtraggio	28
MECCANISMI PSICOLOGICI SFRUTTATI DALLE FAKE NEWS: LE TRAPPOLE COGNITIVE	31
Le distorsioni cognitive (o bias cognitivi).....	31
LA COMUNICAZIONE IN EPOCA DI CRISI	35
Il concetto di crisi	36
La comunicazione di crisi.....	38
LE FAKE NEWS NEL CASO SPECIFICO DELLA SALUTE	41
Il caso dei vaccini anti COVID-19	42
Fake news, nutrizione e diete	43
Fake news e contenzioso sanitario	45
ASPETTI LEGALI DELLA DISINFORMAZIONE	46
MODALITÀ DI CONTRASTO ALLA DISINFORMAZIONE	47
Il debunking o risposta reattiva	48

Facilitazione di un comportamento socialmente valido	50
La promozione proattiva	51
Osservazione e attesa	51
L’IMPATTO BIOETICO DELLA DISINFORMAZIONE	53
CONCLUSIONI	56
RACCOMANDAZIONI	58
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	59

PRESENTAZIONE

Il Comitato Sammarinese di Bioetica ha iniziato il nuovo mandato nel dicembre 2020, nel periodo di massima virulenza della pandemia di SARS-CoV-2.

Inevitabilmente, le attività del CSB sono state rivolte all'analisi delle relative, numerose, problematiche bioetiche, alcune delle quali emerse in maniera così prepotente da richiedere alla comunità bioetica una nuova riflessione su principi e valori considerati ormai patrimonio intangibile degli esseri umani.

Alcuni problemi, se pur esistenti da tempo, sono deflagrati con tale virulenza da richiedere un'attenzione non più procrastinabile.

Tra questi, è emerso prepotentemente il problema della comunicazione effettuata su tutti i media, nei canali tradizionali e nei nuovi canali "social", da parte di ogni soggetto, sia esso comunicatore professionista sia esso semplice utente dei nuovi media.

Ciò ha generato una mole di informazioni per le quali, per quantità e qualità, sono stati coniati appositi neologismi: infodemia, misinformazione, disinformazione, malinformazione, tutti riconducibili al termine più diffuso: *fake-news*.

È stato immediatamente evidente come la comunicazione abbia subito una trasformazione radicale proprio nel momento di maggiore crisi che il mondo ha conosciuto nei tempi recenti: la pandemia prima, l'aggressione della Federazione Russa all'Ucraina poi, unitamente alle problematiche dovute ai cambiamenti climatici e all'insicurezza alimentare.

In questo contesto, il CSB ha ritenuto ineludibile dedicare un documento specifico alle questioni correlate alle nuove forme di informazione e ai pericoli che la disinformazione comporta sui singoli e sulla società.

Consapevole della complessità del fenomeno e dell'impossibilità di circoscrivere lo stesso in un perimetro definito, il CSB ha scelto di perseguire un approccio differente da quello attualmente più utilizzato della denuncia e del biasimo.

Il documento, infatti, mira al coinvolgimento dell'intera comunità-cittadinanza per suscitare consapevolezza del problema e richiamare ad una responsabilità collettiva non solo nell'atto di generare notizie false ma anche nell'alimentarle e nel diffonderle.

A tal fine, il CSB ha deciso di dedicare la prima parte del documento alla delineazione della questione, con particolare attenzione ai periodi di crisi, per le ricadute determinanti sulla vita delle persone.

Data la pervasività del fenomeno in ogni ambito, il documento indica alcune esemplificazioni dei pericoli prodotti dalla disinformazione, tra cui le ricadute sul diritto alla salute, in ambito legale e di contenzioso sanitario, e propone alcune modalità di contrasto e di promozione di adeguati comportamenti sociali.

L'impatto bioetico risulta essere totalizzante.

Pertanto, attraverso questo documento, il CSB non intende ricoprire il ruolo né di spettatore né di mero descrittore di una realtà impossibile da definire nella sua complessità ma intende suscitare il dibattito come strategia pubblica partendo da preoccupazioni di ordine morale, richiamando alla gravità di conseguenze in termini di danni non solo alle persone ma alla stessa forma di convivenza democratica, in cui il “conoscere per deliberare” è una *conditio sine qua non* per la sua stessa sopravvivenza.

Il lavoro è stato preceduto, come di consuetudine per il CSB, dall’audizione di una serie di esperti che hanno offerto una panoramica delle problematiche connesse: il prof. Francesco Sabatini, Presidente Onorario Accademia della Crusca; la dottoressa Gabriella Jacomella, giornalista; il dottor Francesco Bongarrà, Presidente dell’Autorità Garante per l’Informazione della Repubblica di San Marino; il gen. dr. Umberto Rapetto, Presidente dell’Autorità Garante per la Protezione dei Dati Personali della Repubblica di San Marino.

Per la stesura del documento il CSB ha attivato per la prima volta una collaborazione sinergica con la Consulta dell’Informazione della Repubblica di San Marino che il Comitato intende ringraziare attraverso il suo Presidente, dottor Roberto Chiesa, e Franco Cavalli che ha affiancato il Comitato in tutto il lavoro.

I complessi aspetti psicologici sono stati affrontati dal dr. Roberto Ercolani, esperto esterno del CSB e presenza costante nell’elaborazione dei documenti.

Un ringraziamento particolare, infine, è rivolto sentitamente da parte di tutto il CSB al dott. Ferruccio Di Paolo, Esperto Civile NATO in *Crisis Communication*, esperto esterno, che ha curato con grande competenza e dedizione la descrizione del fenomeno nelle molteplici declinazioni.

Il documento è stato approvato nella seduta del 26 aprile 2023, all’unanimità dei componenti: Borgia, Cantelli Forti, Carinci, Garofalo, Griffò, Guttman, Hrelia, Iwanejko, Raschi, Santori, Selva, Strollo, Tagliabracci.

La Presidente del CSB
Luisa M. Borgia

INTRODUZIONE

Nel 2016 l'Oxford Dictionary annunciò di aver decretato "post truth" (post-verità) come parola dell'anno, in riferimento ad una notizia completamente falsa ma diffusa come autentica con l'intento di influenzare una parte dell'opinione pubblica sulla base di un forte appello all'emotività.

L'era della post-verità si caratterizzerebbe, dunque, per l'ampio ricorso agli eufemismi che abbelliscono i fatti e ai vocaboli che comunicano un significato contrario a quel che intendono.

L'anno successivo, il 2017, il Collins Dictionary¹ decretò come parola dell'anno un nuovo termine con lo stesso significato: "*fake news*".

Tale dato testimonia non solo quanto una simile espressione sia diffusamente utilizzata, ma anche e soprattutto quanto il tema a cui si riferisce desti tanto interesse fra gli utenti del web da essersi attualmente imposta in misura dominante nel mondo dell'informazione e non solo.

Il problema della disinformazione, presente sia nei media digitali sia in quelli tradizionali, tocca aspetti cruciali della nostra società che, come vedremo, è per molti aspetti fragile perché permeata da un costante senso di insicurezza in grado di condizionare fortemente la capacità dei cittadini di realizzare un sapere collettivo stabile.

Il diritto a un'informazione di qualità viene messo a rischio dalla manipolazione dei messaggi, con conseguenti ricadute in vari campi, dalla salute all'economia, passando per le scelte dei consumatori ed arrivando, talora, perfino a condizionare il destino stesso delle democrazie.

Una parola, però, non può essere sufficiente a circoscrivere e definire un fenomeno così vasto e pervasivo.

Nello stesso anno in cui il Collins Dictionary la consacrava, la Media Editor del Washington Post Margaret Sullivan riteneva che tale espressione fosse già superata, in quanto fuorviante e limitativa.

Secondo la giornalista americana si correva il rischio di definire in modo univoco realtà completamente diverse, seppur afferenti a una stessa categoria, con conseguente riduzione dello spazio di analisi e di comprensione di un fenomeno complesso e articolato.

Una bufala creata ad arte e un errore giornalistico, per esempio, sono realtà fra loro molto diverse e, pertanto, devono essere affrontate in modi differenti.

Analogamente, una teoria del complotto fondata sul nulla e un'opinione estremamente faziosa espressa a sostegno di posizioni politiche estreme sono fra loro molto differenti e non possono essere quindi trattate allo stesso modo².

¹ <https://www.collinsdictionary.com>

² Di Salvo P, "Come farla finita con le fake news?", Wired.it, 13 gennaio 2017 <https://www.wired.it/>

Ciononostante, pur nella consapevolezza delle sue differenti articolazioni, per semplicità, nel presente documento il CSB ha deciso di continuare ad utilizzare il termine *fake news*.

DEFINIZIONI E RIFERIMENTI

Si va sempre più affermando, non solo tra gli addetti ai lavori, una netta distinzione tra *misinformazione*, un atto per lo più involontario, e *disinformazione*, nella quale la volontarietà è manifesta.

Si parla di disinformazione quando notizie completamente inventate sono fatte circolare con l'intenzione di nuocere a qualcuno, mentre per misinformazione si intende il caso in cui un'informazione falsa viene immessa nel circolo della comunicazione in buona fede, a volte anche pensando di agire per il bene altrui.

Entrambi gli aspetti di un fenomeno che complessivamente potremmo definire *information disorder* hanno, a loro volta, caratteristiche ed effetti differenti da quelli di una terza componente chiamata *mala-informazione*, cioè la cosciente condivisione pubblica, sotto forma di fughe di notizie o dei cosiddetti *hate-speeches*, di contenuti veri o veritieri ma di natura privata e spesso sensibile la cui diffusione danneggia la reputazione di qualcuno.

Sebbene sia diffusa senza l'esplicita intenzione di ingannare, la misinformazione risulta fuorviante, imprecisa o del tutto falsa e, se percepita dai destinatari come seria e concreta, può provocare danni.

Chi sa di dire il falso ed ha l'intento malevolo di suscitare divisioni e paura è invece fonte di disinformazione, definita, infatti, «falsificazione intenzionale di dati e notizie al fine di manipolare le percezioni ed influenzare le decisioni degli individui raggiunti dal messaggio è per indurre questi ultimi ad agire nel modo desiderato dal disinformatore»³.

Nel XIX secolo, epoca della nascita della psicologia delle masse (lo studio dell'influenza dei fenomeni collettivi nei confronti del comportamento individuale) difficilmente si sarebbe potuto ipotizzare che le folle coinvolte sarebbero state rappresentate da un numero di persone talmente elevato da eguagliare quasi l'intera popolazione mondiale.

Infatti, lo sviluppo di nuove tecnologie informatiche ha determinato un notevole potenziamento degli strumenti per orientare l'opinione pubblica tramite la disinformazione.

La rete consente la diffusione massiccia, incontrollata e pressoché istantanea di notizie deliberatamente falsificate o manipolate aumentando la vulnerabilità dei gruppi sociali e degli individui nei confronti di azioni atte o deliberatamente tese a sfruttare alcune debolezze cognitive molto diffuse nella società contemporanea.

Misinformazione e disinformazione si associano a volte a false analisi, ingannando le persone e portandole ad assumere decisioni contrarie ai loro reali desideri o interessi.

³ Germani LS, *Disinformazione e manipolazione delle percezioni*, Eurilink University Press, Roma, 2017

Mentre la prima, però, rientra nell'alveo della libertà di espressione e si fonda su una errata interpretazione di un messaggio o su profondi convincimenti personali, la seconda si configura spesso chiaramente come calunnia o espressione di odio contro singoli individui o gruppi di persone da parte di chi cerca di seminare sfiducia nelle istituzioni.

Come tale, l'aumento della disinformazione rappresenta una minaccia crescente anche per la democrazia e la coesione sociale in tutto il mondo, se è vero che «le democrazie si reggono sul principio di affidamento, cioè di ragionevole presunzione che l'apparenza corrisponda alla realtà»⁴.

Volendo rappresentare graficamente il fenomeno dell'*information disorder*, possiamo costruire una tabella a doppia entrata con l'intenzionalità o meno di nuocere sull'asse delle ascisse e la veridicità dell'informazione su quello delle ordinate:

		Intenzionalità	
		Benevola	Malevola
Informazione	Vera	Informazione	Malinformazione
	Falsa	Misinformazione	Disinformazione

La disinformazione, quindi, prevede un dolo ed è generalmente legata a motivazioni personali (ad es. desiderio di autocelebrazione), politiche, economiche e/o geopolitiche⁵.

L'80% delle azioni investigative svolte nei confronti di siti che hanno creato disinformazione sul COVID-19, ad esempio, ha evidenziato ragioni di natura economica all'origine della propagazione delle informazioni scorrette⁶.

Come vedremo, quindi, gli interventi attivi di contrasto alla disinformazione non spettano solo al mondo della comunicazione ma richiedono anche una concorrenza attiva di precise amministrazioni dello Stato e dell'autorità giudiziaria.

Storicamente, gli approcci contro le *fake news* si sono concentrati sull'opportunità di smascherare le falsità e sfatare i miti, partendo dal presupposto che questi ultimi dipendono dalla carenza di informazioni corrette.

⁴ Violante L, *Politica e menzogna*, Einaudi, Torino, 2013

⁵ Quando azioni ostili vengono condotte sul piano della propaganda e della disinformazione mirata, queste diventano strumenti utili per agire sia sulla società civile, minandone la fiducia nel sistema nazionale o creando disordini pubblici, sia sulle forze armate in generale, indebolendone la struttura. Non si può escludere che durante la pandemia delle realtà statuali abbiano intrapreso attività di disinformazione per testare la permeabilità e la resilienza di alcuni paesi.

⁶ Sciubba Caniglia C, Special Editor dell'Harvard Kennedy School Misinformation Review, *Gruppi di disinformazione in Italia e loro strategie* IDMO – Italian Digital Media Observatory. <https://www.idmo.it/2021/10/29/sciuba/>

In generale, comunque, la comunicazione deve impegnarsi principalmente nella lotta alla disinformazione perché, in assenza di una reale alternativa a notizie fuorvianti, un consistente numero di persone scettiche, disincantate o semplicemente curiose - ma al tempo stesso impreparate alla fruizione dei nuovi media - possono subire la fascinazione di un messaggio "fuori dal coro".

Verso costoro va indirizzata una corretta comunicazione capace di consentire di comprendere, interpretare e correggere le informazioni errate, mentre resisterà probabilmente ad ogni tentativo di recupero un numero più ristretto di "irriducibili", fermi nelle proprie convinzioni anche a fronte di una puntuale verifica e confutazione.

È essenziale, quindi, che chiunque si ponga in prima linea, siano essi attori istituzionali o esperti di comunicazione, acquisisca una profonda comprensione del fenomeno in sé, dei processi che portano molti a basarsi sulla disinformazione (termine che d'ora in poi, per semplicità, utilizzeremo prevalentemente per indicare tutto l'insieme dell'*information disorder*, ivi compresa la disinformazione) e dei motivi e delle modalità di diffusione che rendono le *fake news* così difficili da eradicare.

LA SOCIETÀ CONTEMPORANEA: SOCIETÀ DEL RISCHIO O, MEGLIO, SOCIETÀ DELL'INCERTEZZA

Il fenomeno in esame non può essere affrontato se non lo si inserisce all'interno della società in cui viviamo.

Come scrive Lorenzo Del Boca, le “notizie false”, le “voci di corridoio”, il “sentito dire”, «esistono dalla notte dei tempi, la Storia ne è piena, solo che una volta le chiamavamo balle. [...] Un esempio: Tito Livio ci descrive un Muzio Scevola che mette una mano su un braciere ardente senza fare una piega. [...] Ovviamente è una cosa senza senso, è solo il modo di glorificare la forza di Roma. Altre volte invece la falsa notizia è funzionale a uno scopo immediato»⁷.

Società del rischio

La società contemporanea vive delle peculiarità che la rendono particolarmente delicata ed esposta alle manipolazioni, in primis per la sua fragilità.

Già nel 1986⁸ il sociologo tedesco Ulrich Beck pubblicò un libro destinato ad avere grande risonanza: *La società del rischio*⁹.

Egli sosteneva che nella seconda metà del Novecento la natura dei rischi tecnologici ha subito una trasformazione radicale, andando a influenzare profondamente la percezione del senso di sicurezza da parte dei cittadini.

Dagli anni Settanta del secolo scorso la natura stessa del concetto di rischio è cambiata passando da una dimensione di carattere locale a una di tipo globale, con incommensurabile aggravamento delle conseguenze.

I rischi tecnologici contemporanei non dipendono soltanto da errori accidentali, ma sono considerati da Beck intrinseci ai processi di produzione e quindi ineliminabili soprattutto per la complessità e la conseguente fragilità della tecnologia: più è complesso, più facilmente un apparato può guastarsi.

Il concetto di società del rischio, nella quale quest'ultimo trascende, cioè, le abituali frontiere, sottolinea quanto il rischio stesso sia difficilmente riconoscibile, perché derivante dalle tecniche stesse di produzione moderne, quasi un effetto indesiderato delle stesse.

⁷ Del Boca L, *Il maledetto libro di storia che la tua scuola non ti farebbe mai leggere*, Piemme, 2017

⁸ L'anno passato tristemente agli annali per la catastrofe di Chernobyl

⁹ Beck U, *Risikogesellschaft – Auf dem Weg in eine andere Moderne*, Suhrkamp, Frankfurt a. M. 1986 – Edizione inglese: *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage, 1992 – Edizione italiana: *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Carocci, 2000

Solo negli ultimi vent'anni circa si sono verificate cinque crisi sistemiche¹⁰ con una frequenza sconosciuta al secolo precedente.

Il livello di sviluppo tecnologico comporta una dipendenza sempre maggiore dagli strumenti tecnici per la forte concatenazione dei processi produttivi con gli elementi strutturali della nostra organizzazione sociale: al cedimento dell'uno può seguire quello di un altro e la diffusione dei grandi mezzi di comunicazione di massa porta ad accrescere la percezione del rischio nella popolazione.

Attraverso la tecnologia, i processi produttivi, la comunicazione, i trasporti, una società così fortemente interconnessa come l'attuale estende rapidamente le crisi da locali a sistemiche: quanto accade in Giappone immediatamente si riverbera in Germania ed eventi dell'America Latina o dell'Africa possono generare problemi a breve termine in interi altri continenti.

Con l'attacco alle torri Gemelle del World Trade Center, che ha generato la prima crisi sistemica di questo secolo, la nostra società è stata proiettata nell'era dell'instabilità, con la crisi del *sub prime* e quella migratoria fino alla più recente pandemia inseritasi sulla crisi climatica iniziata nel secolo scorso e della quale ora stiamo avvertendo meglio le conseguenze, insieme a quelle della sesta crisi generata dall'invasione dell'Ucraina da parte della Russia.

Come abbiamo tutti compreso, non si tratta di un evento contenuto ma di una situazione complessa con molteplici ripercussioni in settori estremamente diversificati, dalle *supply chain*¹¹ al problema degli approvvigionamenti alimentari.

Siamo, per di più, di fronte a una condizione senza precedenti nell'epoca moderna, rappresentata dalla concatenazione di due crisi sistemiche, ovvero la guerra in Ucraina sovrapposta al Covid-19 e alle conseguenze di questo. Oggi, per la prima la volta in epoca moderna, si avvera un evento così grave e inatteso.

Società liquida

Accanto a quella strutturale e tecnologica dobbiamo affrontare anche la fragilità culturale.

Analogamente a quanto affermato da Beck, per Zygmunt Bauman, la società attuale è "liquida", caratterizzata, cioè, da un costante stato di incertezza.

¹⁰ Una crisi sistemica è il crollo del sistema a seguito di una reazione a catena di conseguenze negative che colpiscono un gran numero di settori o economie e la mancanza di strumenti per risolvere il disastro. L'evento originante di una crisi sistemica può avere diversa natura, finanziaria, sanitaria, ambientale, scarsità di risorse naturali, ecc. e provoca un effetto di contagio che colpisce sia i mercati finanziari che l'economia reale. Gli effetti di una crisi sistemica si traducono in massicci fallimenti di imprese, distruzione di posti di lavoro, alti livelli di indebitamento come conseguenza della contrazione del credito offerto dalle banche e crollo dei consumi privati.

¹¹ Letteralmente "catena di approvvigionamento" o di "distribuzione", con cui si intende quel complesso processo che permette di portare sul mercato un prodotto o un servizio, organizzando il trasferimento da un fornitore a un cliente. I primi a parlare di *Supply Chain Management* furono Keith Oliver e Michael D. Webber che, nel 1982, definirono questa realtà come una "tecnica di riduzione delle scorte in azienda".

La modernità liquida proposta da Bauman suggerisce un ordine in rapida evoluzione che mina tutte le nozioni di durata e implica un senso di sradicamento da tutte le forme di costruzione sociale¹².

Seguendo la spiegazione che Umberto Eco ci propone della società liquida, possiamo dire che con la crisi del concetto di comunità¹³ emerge un individualismo sfrenato, in cui nessuno è più compagno di strada ma, anzi, ognuno è visto come un possibile antagonista.

Tale soggettivismo esasperato ha minato le basi della modernità stessa, resa fragile dalla mancanza di punti di riferimento, dissolti in una sorta di fluidità che offre come uniche soluzioni possibili, da un lato, l'apparire a tutti i costi, dall'altro, un consumismo che, per la rapida obsolescenza delle cose e perfino dei desideri stessi, non mira al possesso di oggetti, nella migliore delle ipotesi identificabili *a priori* come fonti di appagamento solo temporaneo, ma al continuo spostamento dell'attenzione da un prodotto (un servizio, un bisogno) a un altro in una sorta di vortice bulimico¹⁴.

Modificando le proprie abitudini in risposta ai bisogni imposti dal mercato, l'uomo moderno ha imparato a legarsi alle idee piuttosto che agli ideali.

La modernità liquida, nelle parole del sociologo polacco, è «la convinzione che il cambiamento sia l'unica cosa permanente e che l'incertezza sia l'unica certezza».

L'uomo di oggi cerca disperatamente punti fissi ma non ne trova nessuno e, non vedendo la fine del processo in cui è imbrigliato, non può immaginare un futuro né per sé stesso né per l'umanità e si sente così intrappolato in un vicolo cieco rappresentato da una realtà fluida ove tutto è possibile ma nulla è certo.

Dall'impossibilità di prevedere cosa accadrà di fronte alle continue, difficili scelte quotidiane nasce, allora, uno stato di ansia legata alla sensazione di vivere in una condizione di rischio costante.

Nel suo ultimo libro, nel riferirsi alla società contemporanea rispetto alle precedenti, Beck preferisce evitare il termine *cambiamento* ed introdurre il concetto di *metamorfosi*.

Nel cambiamento, infatti, sussiste la possibilità di concentrare l'attenzione sul futuro di un singolo aspetto in presenza di altri del tutto invariati mentre nella metamorfosi vengono sradicate tutte le certezze della società moderna¹⁵.

¹² Bauman Z, *Modernità liquida*, Roma-Bari, Laterza, 2002

¹³ Il concetto di comunità rappresenta una serie di interazioni e comportamenti umani che hanno dei significati e delle aspettative fra i suoi membri. Non solo azione, ma azioni basate sulla scelta di aspettative, valori, credenze, e significati condivisi fra gli individui.

¹⁴ Eco U, "La società liquida", *L'Espresso*, n. 22, 4 giugno 2015.

¹⁵ Rambaldini F, Recensione a Ulrich Beck: *La metamorfosi del mondo*, Pandora rivista, 20 giugno 2018, <https://www.pandorarivista.it/articoli/metamorfosi-mondo-ulrich-beck/>

La metamorfosi mette in gioco all'improvviso l'intera modalità di essere nel mondo, per cui accade ora ciò che finora era inconcepibile: il rischio globale a cui siamo esposti implica la previsione della catastrofe e la nascita di una cultura civile della responsabilità, cioè uno spazio d'azione cosmopolizzato dove la «traumatica vulnerabilità di tutti aumenta la responsabilità di tutti per la sopravvivenza di tutti»¹⁶.

Società narcisistica

Vi sono inoltre altre caratteristiche che rendono la nostra società particolarmente permeabile alle *fake news*, e da queste danneggiabile.

Luigi De Gregorio¹⁷ ne riporta alcune, partendo dall'assunto che la nostra è la società più narcisistica, ego-centrata ed individualizzata della storia, priva com'è di credenze stabili e di autorità cognitive, concentrata sull'istante, su un'esistenza vissuta in un modo così frammentario da rendere incerto il presente, difficile da ricostruire il passato e ancora più difficile da immaginare il futuro.

Di conseguenza, la società odierna è costantemente alla ricerca di gratificazioni immediate, costretta dal consumismo e dalla comunicazione di massa a cercare immediata soddisfazione ai propri bisogni.

In tale contesto, al venir meno dello spirito di sacrificio fa da contraltare anche l'incapacità di assaporare il gusto dell'attesa.

Quanto appena descritto, però, entra in fortissima dissonanza con alcune realtà del quotidiano che non possono adattarsi, se non stravolgendosi, alla costante ricerca di soddisfazioni immediate.

La capacità di comprendere la politica e realizzare progetti in linea con i suoi dettami, ad esempio, non è un bene di consumo acquistabile sul mercato digitale o immediatamente fruibile su internet premendo un tasto e tanto meno condividendo un *like*.

La politica ha bisogno di tempo, di risorse, di negoziazioni e procedure complesse, quel "tempo in più" che occorre ad elaborare il pensiero rispetto alla media delle reazioni istintive ed istantanee del quotidiano.

Purtroppo, però, non è neanche più garantito o concesso tempo alla maturazione di fenomeni che trovano in esso la loro ragion d'essere e che acquistano senso proprio nell'intrinseca natura di divenire, ossia variare fino a prendere gradualmente una forma sufficientemente stabile perché ponderata e condivisa.

L'attualità impaziente si articola attorno a un "tutto e subito" sempre più imperativo.

¹⁶ Beck U, *La metamorfosi del mondo*, Laterza, Bari-Roma 2017.

¹⁷ De Gregorio L, *Comunicazione di crisi. 5 lezioni dall'era Covid-19*, in Campi A, (a cura di), *DOPO Come la pandemia può cambiare la politica, l'economia, la comunicazione e le relazioni internazionali*, Rubbettino Editore, 2020.

La politica, allora, diventa “*fast*” per necessità: si rifugia nell’iper-comunicazione, gratifica annunciando, promettendo e raccontando.

Mentre ogni scelta dovrebbe sempre rappresentare il punto di equilibrio tra emozioni e cognizioni, troppo spesso le proposte cercano conferma e appoggio dalle emozioni a discapito della progettualità, così che chi dovrebbe rappresentare la guida sicura e ragionata del cammino del gruppo sociale nella sua interezza può tramutarsi, al contrario, in un elemento di rinforzo della risposta emotiva svincolata da un’attenzione critica dalla quale nessun ragionamento può prescindere.

È necessario prestare attenzione alla dinamica appena descritta perché essa rappresenta uno dei fattori in grado di rendere permeabile il cittadino alle *fake news*: se proprio la classe dirigente inventa e improvvisa dichiarazioni prive di alcun seguito concreto, nonostante abbia la responsabilità della gestione e, con questa, della capacità di resilienza della cosa pubblica, l’uomo comune si sente giustificato nel credere a chiunque proponga strategie diverse di soluzione di un problema.

Analoghe considerazioni valgono per la comunicazione scientifica: il cittadino ha bisogno di certezze e si aspetta un responso univoco che, per le sue caratteristiche intrinseche, la scienza non può soddisfare *a priori*.

Essa, infatti, per sua natura, procede per tentativi ed errori ed è basata su un metodo che richiede tempi e protocolli molto ben delineati, la cui inosservanza stravolge completamente l’attendibilità di qualsiasi risultato.

Eppure, proprio per il bisogno di ottenere certezze a breve termine in una sorta di chiusura cognitiva per cui la pigrizia mentale si appoggia al pensiero “certificato” da altri, molti si attendono dalla scienza “la risposta” e non decine o centinaia di possibili risposte diverse e contraddittorie, ognuna dotata di un diverso grado di probabilità.

In tale prospettiva, notizie e informazioni di per sé rilevanti per la vita e per la salute delle persone vengono riferite all’ambito delle esperienze e della sfera personale e declassate, così, al ruolo di “*soft news*¹⁸”, per cui una diatriba pubblica tra esperti, purtroppo ormai sempre più frequente, alimenta pressoché automaticamente la credibilità delle tante espressioni individuali presenti in rete (“mio cugino mi ha detto che...”; “io sono stato male dopo.....”) che inevitabilmente suscitano il sostegno di coloro che hanno vissuto esperienze simili¹⁹.

¹⁸ Con *soft news* si intendono, nell’ambito del giornalismo tradizionale, tutte quelle notizie che riguardano attualità, costume, cronaca rosa, ecc. che non sono caratterizzate dall’urgenza e dalla rilevanza sociale che hanno, invece, le cosiddette *hard news*.

¹⁹ De Gregorio L, *Comunicazione di crisi*, ... op cit, pag.161

SOCIETÀ E DISINFORMAZIONE

Il fenomeno della disinformazione acquista nuove connotazioni in termini anche di ridefinizione degli attori che diffondono notizie e di quanti le ricevono.

Durante le guerre, per esempio, uno degli strumenti di propaganda e di depistaggio del nemico e di condizionamento dell'opinione pubblica interessata si è sempre basato sulla disinformazione e le varie modalità utilizzate per criptare o nascondere al nemico i messaggi segreti hanno costruito un modello esemplare delle doppie verità informative.

Tale modello, in varie forme, è sovente utilizzato in tempo di pace anche dagli stati e dai governi sia ai fini della pubblica utilità sia per tutelare interessi di parte.

In tale ambito risulta evidente che, se un elemento essenziale della democrazia è la possibilità di usufruire di un dibattito pubblico libero da condizionamenti sulla libertà di opinione²⁰, le *fake news* assumono un'importanza strategica ai fini dell'assunzione libera di opportune ed appropriate decisioni private e pubbliche.

Le numerose nuove opportunità e percezioni dell'uso delle tecnologie (estensioni neuronali²¹ adatte alla rapida diffusione di argomentazioni che in passato venivano definite "discussioni da bar"), con la larghissima capacità di diffusione sul web di qualsiasi notizia, hanno ormai sostanzialmente stravolto l'arena della comunicazione pubblica e privata, dando voce al sempre più diffuso rifiuto delle mediazioni dei tecnici e degli esperti (abbattute allo stesso rango dei pareri di chiunque esprima le sue idee senza produrre prove), offrendo a tutti la possibilità di "postare" l'informazione senza filtri valutativi, ai gruppi di opinione di lanciare notizie e prese di posizione autoreferenziali e a molti di soddisfare il bisogno di coesione sociale con l'affiliazione a blog o a gruppi di opinione portatori di "verità" non verificate (ad es. i terrapiattisti).

Oggi gli strumenti dei blog, degli *influencers*, dei *social network* e dei conseguenti *followers* permettono una fidelizzazione acritica, in netta e paradossale contraddizione con il rifiuto della mediazione degli esperti.

È utile, a questo proposito, ricordare che, in un recente intervento a un convegno sulla comunicazione²², Ilvo Diamanti si è ispirato a Bernard Manin e ai modelli di democrazia²³ per affermare che, con l'avvento della comunicazione di massa e della sostituzione della ideologia con il marketing, il digitale e i *new media* hanno generato una realtà del tutto opposta alla democrazia diretta inizialmente ipotizzata in linea con il sogno di Rousseau.

²⁰ Habermas J, *Fatti e norme. Contributi a una teoria discorsiva del diritto e della democrazia*. A cura di Ceppa, Bari, Laterza, 2013

²¹ I computer e gli smart phone possono essere descritti come estensioni dei neuroni del cervello nelle aree delle memorie e dei saperi, facendole percepire come parte esterna del corpo umano. De Kerkhove D, *Dall'alfabeto a internet*. Milano, Mimesis, 2007 e De Kerkhove D, Rossignaud M.P. *Oltre Orwel. Il gemello digitale*. Roma, Castelvecchi, 2020.

²² Ilvo Diamanti dialoga con Dario Di Vico *Un confronto sul Paese e le dinamiche sociali*, 28 gennaio 2023, Ferpi, Centro Congressi della Fondazione Cariplo

²³ Manin B, *Principi del governo rappresentativo*, Il Mulino, 2017

La nuova realtà si identifica con la cosiddetta “società immediata”, veloce, diretta, libera da interposizioni di tempo, luoghi o persone e quindi privata delle mediazioni necessarie a favorire il dibattito e la comprensione.

Ne deriva la frammentazione, l’abbassamento del livello di complessità e l’ineleganza del confronto pubblico, troppo spesso ormai ridotto a scontro tra posizioni inconciliabili per la sovrapposizione delle voci di interlocutori del tutto incapaci di dialogare attraverso fasi successive di ascolto e di argomentazione logica.

Parallelamente, l’uso non autorizzato di alcuni dati personali (pensiamo alla vendita di contatti attraverso i *cookies* per scopi commerciali e quindi all’invasività della pubblicità non richiesta) fa comprendere quanto sia difficile sul web proteggere efficacemente la privacy della persona.

Del resto, la stessa trasmissione delle informazioni all’interno di un gruppo caratterizzato da opinioni condivise è soggetta a travisamenti e modifiche nel corso della comunicazione²⁴.

²⁴ Bloch M, Soldati in marcia, *Apologie pour l'histoire ou Métier d'historien*, Parigi, Armand Colin, 1949. Apologia della storia o Mestiere di storico, traduzione di Giuseppe Gouthier, Torino, Einaudi, 1950. - Nuova ed. sull'edizione critica del figlio Étienne Bloch, Einaudi, 1998-2009.

I COMUNICATORI

Nell'approcciarsi all'*information disorder*, occorre anche considerare chi è attivo oggi nel mondo della comunicazione e come i vari "operatori" interagiscano con i destinatari dei messaggi.

La platea dei "comunicatori" è davvero molto ampia e, considerata innanzitutto la rapida evoluzione della società multimediale di oggi, tentare di circoscriverla rischierebbe di tralasciare alcune categorie e di rendere rapidamente obsoleto il presente documento.

Risulta comunque opportuno distinguere almeno i comunicatori che operano abitualmente per ricevere un compenso di varia natura, compresa la semplice notorietà, da coloro che agiscono in tal senso estemporaneamente e non per ottenere un compenso.

I giornalisti

All'interno del primo ambito, anch'esso molto ampio e vario, rientrano, in particolare, i giornalisti.

Che si tratti di professionisti o pubblicisti (come normati sia nella legislazione italiana²⁵ sia in quella sammarinese con la legge 211/2014 e la legge 8 marzo 2023 n.40²⁶), i giornalisti sono tenuti al rispetto del codice deontologico²⁷ che, tra le varie regole, prevede la verifica delle fonti, la veridicità della notizia, la continenza, la pertinenza e l'obbligo di correggere eventuali errori emersi sia da una segnalazione esterna sia da un ulteriore successivo controllo personale.

Tali regole fondamentali dovrebbero già da sole rappresentare un argine quasi invalicabile alla diffusione di *fake news* su testate giornalistiche e media ufficiali ma, come si evince dalla cronaca passata e recente, purtroppo la realtà contraddice l'assunto teorico.

Il giornalismo professionale possiede, tuttavia, tutti gli strumenti e le regole, rappresentati dalla formazione professionale continua obbligatoria e dagli organismi a tutela e salvaguardia della professione e dei cittadini-lettori che, seppur passibili di ulteriori riforme e miglioramenti, rappresentano un'ulteriore garanzia a favore della capacità di correggersi e di intervenire nel momento della diffusione di notizie false.

I non-giornalisti

Coloro che non appartengono alla categoria dei giornalisti mancano spesso totalmente di preparazione, formazione e regole deontologiche e sono, di fatto, tenuti a rispettare solo le norme civili e penali dello Stato di residenza.

Tra i non-giornalisti una menzione a parte meritano i *blogger* e gli *influencer*.

²⁵ <https://www.fnsi.it/upload/9b/9bf31c7ff062936a96d3c8bd1f8f2ff3/8130b7d880458e51696bec74c4f2cc9c.pdf>

²⁶ <https://www.consigliograndeegenerale.sm/on-line/home/in-evidenza-in-home-page/documento17070804.html>

²⁷ <https://www.giornalistitalia.it/wp-content/uploads/2017/06/II-decreto-delegato-sul-Codice-deontologico.pdf>

Costoro possono produrre e realizzare “contenuti” quali video, testi ed immagini altamente professionali ed emozionali e tramite essi sollecitare un elevato *engagement*, cioè un livello di interazione del “contenuto” con i lettori/*followers*, costituito da *like* e condivisioni, tale da trasformare il prodotto in “virale”.

Il CSB tiene qui a precisare che il sostantivo “*influencer*” e l’aggettivo “virale” vengono utilizzati come tali ed in modo del tutto indipendente dalla possibile accezione negativa dalla quale sono connotati presso alcune persone.

Tuttavia, come vedremo negli approfondimenti successivi, la disinformazione presenta aspetti bioetici importanti da considerare, primo tra tutti, la possibile manipolazione dell’opinione pubblica su questioni politiche, sociali e culturali derivante da una diffusione apparentemente illimitata di notizie e concetti non consolidati.

Tale attività può danneggiare la democrazia e minare la fiducia nella politica e nelle istituzioni e il suo uso ha, inoltre, un forte impatto sulla salute pubblica.

Ad esempio, notizie false sulle cure mediche o sui vaccini possono spingere le persone ad operare scelte in grado di mettere a rischio la propria salute e/o quella di altri ed avere effetti sulle minoranze con la diffusione di stereotipi e pregiudizi e, più in generale, possono avere un impatto negativo sulla libertà di espressione, un diritto fondamentale dell’essere umano, e, in alcuni casi, limitare fortemente la capacità di partecipare alla vita democratica operando scelte informate.

Affrontare la disinformazione, quindi, richiede equilibrio tra protezione dei diritti fondamentali e promozione della libertà di espressione e della diversità delle opinioni e, pertanto, richiede di impegnarsi in una difficile lotta contro le apparenti comodità offerte dalle semplificazioni caratteristiche delle *fake news* a favore di una verità generalmente più complicata e sfumata²⁸.

A lungo termine, sia i governi sia il mondo della comunicazione dovrebbero sostenere programmi di facilitazione dell’accesso ad informazioni affidabili, supportando il giornalismo professionale e il controllo dei fatti per ridurre il rischio di essere manipolati.

Tali iniziative dovrebbero essere intraprese definendo una specifica modalità di coordinamento inter-istituzionale che valorizzi le esperienze già in essere e metta insieme gli esperti in comunicazione già presenti nelle istituzioni per orientare meglio la ricerca di informazioni da parte dei cittadini e rendere più accessibili e integrati i contenuti esistenti.

Del resto, la distinzione tra disinformazione e misinformazione è estremamente labile; i bot²⁹ di intelligenza artificiale, ad esempio, sono capaci di individuare immediatamente una fonte di disinformazione ma difficilmente distinguono la misinformazione dalla comunicazione corretta.

²⁸ Il processo mnemonico di dire “l’ho sentito da qualche parte prima”, costituisce un’euristica comune per la costruzione della verità.

²⁹ Un “bot”, abbreviazione di “robot”, è un programma per computer progettato per imitare o sostituire le azioni di un essere umano eseguendo attività automatizzate e ripetitive con una velocità e un’accuratezza molto maggiori rispetto a un essere umano.

È importante, quindi, costituire o rafforzare staff interdisciplinari capaci di individuare comunicazioni errate, rispondere a queste ultime in modo appropriato e facilitare l'accesso ai siti con contenuti attendibili per sensibilizzare i cittadini a riconoscere i messaggi veritieri.

Un ulteriore contributo potrebbe provenire dall'analisi dei diversi modelli di diffusione della notizia data dai digital media rispetto ai social media.

I primi costituiscono la parte digitale dei mezzi tradizionali di comunicazione, nei quali quest'ultima non è veicolata dagli utenti ma da giornalisti.

I media digitali rappresentano quindi canali che, pur presenti sul web, svolgono una funzione di intermediazione tra le notizie e i cittadini.

Assume un ruolo importantissimo, in tali contesti, proprio la figura del giornalista, che riconosce come fondamento della professione la ricerca della verità attraverso un racconto equilibrato, imparziale e completo degli eventi e dei problemi in un delicato bilanciamento tra indipendenza e responsabilità.

L'equilibrio tra libertà di espressione e tutela della riservatezza e dell'integrità delle persone coinvolte costituisce il contesto entro cui si colloca il cosiddetto "giornalismo etico": il modo in cui i giornalisti e gli editori forniscono un commento sugli eventi che determinano la vita delle persone è fortemente radicato nei valori morali e si è evoluto con la protezione dei diritti umani in Europa da oltre 150 anni³⁰.

Per ripristinare la fiducia nelle istituzioni è necessario creare un ambiente in cui le informazioni palesemente errate abbiano meno probabilità di raggiungere gli utenti dei media e quindi limitare - o rappresentare in modo proporzionato all'effettivo peso sociale - attori e realtà che pubblichino sistematicamente contenuti evidentemente falsi e ripetutamente smentiti.

La deontologia professionale e la formazione scientifica del giornalista sono leve importanti su cui appare fondamentale operare.

Disinformazione e giornalismo

Il problema risulta quindi collegato all'evoluzione del mondo dei media, in special modo di quelli tradizionali, che con la loro quotidiana attività di rappresentazione e quindi di costruzione della realtà, possono favorire o contrastare la diffusione delle *fake news*.

Tutta l'informazione segue una propria *media logic*: ogni testata "insegue" il mercato e, per catturare click, visite, *audience*, lettori, alimenta pathos e sensazionalismo.

Quanto appena descritto rappresenta una condizione normale della quale non si può addossare la colpa né agli editori né ai singoli giornalisti e che dipende dalla graduale trasformazione del modo di comunicare da parte dei media per soddisfare una dinamica

³⁰ Comitato Sammarinese di Bioetica, [Bioetica delle catastrofi](#), 2017.

interna all'affermazione dell'industria della produzione e distribuzione di beni e servizi culturali di massa come fonte di contenuti omogeneizzati, indipendentemente dalla specificità.

Negli anni, così, si è rinunciato all'informazione attenta a spiegare un fenomeno nella sua complessità, correndo il rischio di ridurre gli articoli a fonti di semplice cronaca nella quale vengono privilegiati gli aspetti scandalistici ed eccezionali di singole storie, accentuati dalla crescente tendenza a presentare le notizie in forme in qualche modo spettacolari, "ad effetto".

Mentre risponde alle nuove esigenze di un pubblico indifferenziato, composto da fasce di popolazione precedentemente escluse dai processi culturali, il giornalismo di massa veicola contenuti uniformi nei quali l'immaginario mima il reale e il reale assume i colori dell'immaginario.

Nel 2019 Edgar Morin ammoniva: «Il presente è continuamente invaso dal presente, è invaso dall'informazione televisiva che cambia ogni giorno e ci fa dimenticare quella del giorno prima. Lo sguardo del pensiero serve a non vivere in un perpetuo presente in cui ogni istante caccia quello che lo precede. La ricostituzione del rapporto tra presente, passato e futuro è il lavoro della riflessione ed è un lavoro eminentemente filosofico»³¹.

Tale caratteristica del giornalismo odierno rende difficile elaborare compiutamente e valutare obiettivamente un messaggio nel quale la realtà si confonde con dimensioni immaginarie. Si verifica, inoltre, un atteggiamento di diffusa deresponsabilizzazione, legata all'incapacità di distinguere la dimensione ludica da quella reale in una società nella quale la cultura di massa propugna mete irraggiungibili e pertanto solo immaginarie mentre, proprio attraverso la categoria dell'immaginario, tende a far ritenere possibile realizzare tutti i desideri non soddisfatti.

Da quanto esposto emerge il quadro di un mondo narcisista e individualista, vulnerabile, secondo Beck, proprio perché ripiegato su un continuo presente e incapace di attenzione alla "responsabilità di tutti per la sopravvivenza di tutti".

Il cittadino avrebbe bisogno di accedere a informazioni complete e accurate per decidere in modo libero e informato ma, in paesaggi dell'informazione affollati di messaggi impropri, trova sempre più difficile discernere la verità dalle falsità ed assumere decisioni importanti basandosi su notizie accurate.

Del resto, di fronte a fenomeni quali la modifica di forme e strumenti di comunicazione e la diffusione delle notizie in un mondo dominato dall'incertezza per il futuro e dalla soggettività delle opinioni con frequente crisi delle identità personali, diventa rassicurante l'appartenenza ad un gruppo di opinione a cui fidelizzarsi per sentirsi rassicurati da una

³¹ Morin E, *Intervista* dell'Enciclopedia Multimediale delle Scienze Filosofiche, gennaio 2019.

lettura univoca della pletora di notizie provenienti da più parti e tutte intese come equivalenti e potenzialmente falsificabili.

Alcuni, poi, riprendendo le teorie del filosofo francese René Girard, hanno ipotizzato che il fenomeno delle *fake news* possa dipendere anche dall'attitudine di mimetica evidenziata nei secoli, per cui tutte le azioni dell'uomo sono determinate dal desiderio di emulare e imitare ("desiderio mimetico") chi appare felice, nella speranza di arrivare a raggiungere lo stesso grado di felicità³².

Imitando l'altro, però, spesso l'uomo trasforma il suo modello in un rivale e inizia a provare per esso sentimenti di invidia e di odio, per cui le relazioni personali e sociali si trasformano in un intreccio di micro-conflitti per lo più insanabili che, a sua volta, sfocia in un conflitto generalizzato (di tutti contro tutti).

³² Girard R, *Mensonge romantique et vérité romanesque* (1961), trad. it. *Struttura e personaggi nel romanzo moderno*, poi come *Menzogna romantica e verità romanzesca*, trad. it di Leonardo Verdi-Vighetti, prefazione di Marco Dotti, con un saggio di Luca Doninelli, Bompiani, Milano 2021 [ISBN 8830103055](https://www.bompiani.it/9788830103055). Si veda anche Girard R. *Anoressia e desiderio mimetico*. Torino, Lindau, 2009.

INTERNET E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Il web, che all'inizio sembrava un fattore di crescita della democrazia, nell'ultimo decennio è apparso come un'arena nella quale, accanto ai comuni cittadini e alle imprese, operano organizzazioni criminali (terrorismo e mafie), portatori di interessi economici³³ e commerciali di varia natura (gli stessi produttori di *fake news* sviluppano forme di sfruttamento commerciale legate al gruppo di appartenenza) e in grado di sollecitare percezioni conflittive e di insicurezza³⁴ e perfino di operare clamorose manipolazioni sociali, a testimonianza del progressivo decadimento morale, culturale e politico delle classi dirigenti³⁵.

A quanto finora rappresentato occorre, poi, aggiungere considerazioni in merito alla possibilità offerta dalla più avanzata tecnologia di utilizzare l'Intelligenza Artificiale (IA) che, a sua volta, può generare profili e contenuti falsi facilmente interpretabili dagli utenti come veri.

Simili fenomeni possono assumere risonanza all'interno dei social media, che contribuiscono a rafforzare pregiudizi e nozioni distorte per l'effetto "rimbalzo" dell'informazione all'interno di un sistema chiuso.

La notizia realizzata sulla base delle caratteristiche profilanti dell'utente tende a circolare e ad essere assunta come vera perché, attraverso l'impiego della tecnologia artificiale, viene costruita in modo tale da confermare le idee e le convinzioni di una specifica categoria di lettori e/o "naviganti", con grave danno alla formazione plurale e "di qualità" dell'opinione pubblica in un sistema democratico³⁶.

Ne è indiretta testimonianza il fatto che il 3 aprile 2023 il Garante della Privacy italiano ha richiesto chiarimenti con blocco del trattamento dei dati a ChatGPT, un modello statunitense di Intelligenza Artificiale aperta, per contestazioni legate alla mancata conformità al Regolamento Europeo sulla privacy (GDPR) con esposizione il 20 marzo 2023 delle conversazioni e dei dettagli di pagamento di decine di utenti della piattaforma.

Tale sollecitazione ha indotto ChatGPT ad autosospendersi in Italia ed attendere di regolarizzare la propria posizione per evitare di incorrere in una pesante sanzione economica piuttosto che rispondere nei 20 giorni previsti³⁷.

Tale modello, del resto, al di là del solo aspetto surriferito, per la capacità di dialogare con le persone in base a informazioni immagazzinate e via via riprodotte con algoritmi non del tutto

³³ Gli interessi economici manipolano anche quelli che sembrano fattori positivi. Si veda Cabanas E, e Illouz E, *Happycracy. Come la scienza della felicità controlla le nostre vite*. Torino, Codice edizioni, 2019.

³⁴ Deneault A, *Economia dell'odio*. Vicenza, Neri Pozza, 2019.

³⁵ Deneault A, *La mediocrazia*. Vicenza, Neri Pozza, 2017.

³⁶ Bucca R, *Intelligenza artificiale e "fake news": gli algoritmi sono i "buoni" o i "cattivi"?* 25.1.2022 <https://www.previti.it/intelligenza-artificiale-e-fake-news-gli-algoritmi-sono-i-buoni-o-i-cattivi>

³⁷ https://www.laleggepertutti.it/635542_blocco-di-chat-gpt-cosa-ce-di-vero

chiariti, è in grado di generare notizie false ma credibili e quindi, anche involontariamente, destabilizzare alla lunga il sistema sociale.

L'IA può offrire numerosi vantaggi e benefici che possono migliorare la nostra vita quotidiana.

Grazie alle capacità di apprendimento e di analisi dei dati, l'IA può aiutare a migliorare l'efficienza dei processi, ridurre gli errori umani, prevenire i guasti e aumentare la sicurezza, può essere utilizzata per sviluppare soluzioni intelligenti in molti settori diversi, dalla medicina all'agricoltura, dall'automazione industriale alla logistica.

Nella medicina, l'IA può essere utilizzata per analizzare grandi quantità di dati clinici e identificare modelli o correlazioni tra fattori di rischio, sintomi e diagnosi, aiutando i medici ad assumere decisioni più informate e accurate, migliorando la qualità dell'assistenza sanitaria.

Nell'industria può essere utilizzata per controllare e ottimizzare i processi di produzione, riducendo i costi e migliorando la qualità dei prodotti.

Inoltre, l'IA può essere utilizzata per migliorare la sicurezza, ad esempio nella sorveglianza di grandi aree o nella prevenzione di incidenti stradali.

In campo ecologico, l'IA può essere utilizzata per analizzare dati sulla qualità dell'aria o sulla deforestazione, aiutando a prevenire danni ambientali.

Tuttavia, è importante essere consapevoli dei rischi e delle sfide che l'IA può comportare, come la disoccupazione o l'etica nell'utilizzo dei dati, e lavorare per mitigare tali rischi.

L'IA, però, può essere utilizzata per creare contenuti falsi, come ad esempio *deepfake*, sempre più sofisticati e difficili da individuare appoggiando le banche dati sui maggiori motori di ricerca e, in assenza di attenti algoritmi di analisi in grado di interferire e bloccare diffusioni improprie, potrebbe presentare come vere le opinioni più diffuse a discapito di quelle più corrette.

Ad esempio, gli algoritmi di IA potrebbero essere addestrati ad amplificare dati e informazioni che riflettono pregiudizi e discriminazioni, potenziandone diffusione ed efficacia.

Ciononostante, peraltro, alcune tecniche, fra le quali l'apprendimento automatico e il riconoscimento del linguaggio naturale, possono consentire all'IA di individuare i contenuti che contengono informazioni false o fuorvianti rendendo possibile utilizzare lo stesso strumento per identificare, monitorare e ridurre la diffusione delle *fake news*.

Anche lo sviluppo e l'utilizzo di strumentazioni di funzionamento costruite su standard ritenuti validi per tutti può creare problemi a fasce di utilizzatori come le persone con particolari tipi di disabilità³⁸.

³⁸ Nell'incontro del board europeo del 31 marzo e 1 aprile 2023 tenutosi a Stoccolma, l'European Disability Forum ha approvato un documento che mette in risalto i problemi ai quali potrebbero andare incontro le persone con disabilità nell'utilizzo delle

Per tale motivo, gli strumenti correlati ai meccanismi di IA non possono essere considerati in termini assoluti positivi o negativi: molto dipende dall'utilizzo che ne viene fatto.

L'intervento umano svolge un ruolo essenziale nell'individuazione di regole di trasparenza chiare e lineari che dovrebbero rappresentare il principale obiettivo da perseguire per garantire un funzionamento adeguato dell'intero sistema.

Ad una attenta lettura, tuttavia, appare evidente che le peculiari caratteristiche del mondo di Internet creino un terreno fertile per la diffusione di *fake news* per una serie di meccanismi che cercheremo di esplicitare più avanti.

CARATTERISTICHE INTRINSECHE AL MONDO DEI NUOVI MEDIA

Il modello di società appena delineato non può prescindere dalla tecnologia connessa allo sviluppo di Internet e del web che ha profondamente modificato l'organizzazione stessa del quotidiano trasformando il modo di vivere, lavorare e socializzare delle persone e lo stesso sviluppo dei rapporti interni ed esteri dei singoli Paesi.

In due decenni, Internet si è trasformato da rete fra ricercatori a una realtà fruibile quotidianamente da miliardi di persone.

Come ha sostenuto il Rapporto del McKinsey Global Institute, la rivoluzione digitale, ormai giunta a compimento e totalmente affermata nella nostra quotidianità, può essere paragonata allo sviluppo e alla distribuzione dell'energia elettrica più che all'invenzione della stampa da parte di Gutenberg, in quanto ha cambiato il panorama delle nostre città ed ha avuto e continua ad avere un peso via via crescente nel plasmare le economie³⁹.

Occorre precisare che la comparsa dei social media, con l'avvento del Web 2.0, rappresenta un'ulteriore rivoluzione nel mondo di Internet.

Semplificando ed estremizzando il concetto, si è passati dalla possibilità di mettere a disposizione informazioni provenienti da tutto il mondo e consentire il contatto fra persone, talora isolate in località remote anche a enormi distanze, all'avvento dei social media che hanno permesso di creare "gruppi", "compagnie" e "comunità" senza soggiacere ai limiti fisici del contatto interpersonale e basandosi su affinità e comunanze suggerite da algoritmi digitali.

In tale contesto, il CSB ritiene necessario illustrare gli aspetti caratteristici della tecnologia informatica in grado di esaltare la problematica delle *fake news* e farla assurgere a questione di rilevanza planetaria:

Accessibilità

Internet in quanto tale – come anche i social media che ne sfruttano le potenzialità - è uno strumento accessibile a tutti.

La forte accelerazione del fenomeno di informatizzazione ne ha consentito l'utilizzo ad amplissimi settori della popolazione che prima della pandemia da SARS-CoV-2 non accedevano a tale forma di comunicazione e condivisione.

Permanenza nel tempo

Internet riconosce come caratteristica tipica la totale indifferenza rispetto al concetto di tempo.

³⁹ McKinsey Global Institute, *Internet matters: The Net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity*, Report May 2011. https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/technology%20media%20and%20telecommunications/high%20tech/our%20insights/Internet%20matters/mgi_Internet_matters_full_report.pdf

È permanente e vive in un presente assoluto che non ha cognizione di un passato né di un futuro.

Volendo raccogliere, ad esempio, informazioni attraverso un motore di ricerca, le risposte che otteniamo prescindono dal momento in cui sono state pubblicate⁴⁰, tanto che nella stessa pagina si possono ritrovare informazioni e notizie di molti anni prima accanto ad altre del giorno precedente senza alcuna distinzione temporale.

Ciò chiaramente rende particolarmente acuto il fenomeno dell'eterno presente che caratterizza la società contemporanea.

Esistono, infatti, possibilità di rimozione e rettifica ma queste, in realtà, incontrano diversi ostacoli, possono essere applicate solo in determinate circostanze e non garantiscono la totale rimozione dell'informazione e dei contenuti oggetto della richiesta di rimozione o rettifica.

Abbandono del contesto

Un'altra caratteristica di Internet – e, ancor più, dei social media - è che la comunicazione – a volte proposta esclusivamente attraverso video ed infografiche animate - è basata su informazioni o stralci di testo brevi, che nel momento della diffusione e della condivisione finiscono per essere completamente decontestualizzati (citazioni, frazioni di immagini o di spettacoli che non superano i sessanta secondi), facendo inevitabilmente perdere la visione di insieme del problema o dell'argomento trattato.

Questa progressiva decontestualizzazione dei contenuti, in realtà, è presente non solo su Internet, ma anche in altre forme di comunicazione; ad esempio, i titoli degli articoli e le fotografie pubblicate, anche su giornali e riviste di grande tiratura nazionale, mirano più alla cattura dell'attenzione o delle emozioni del pubblico piuttosto che a rispettare il contenuto degli articoli.

Difficoltà di definire appieno i confini tra pubblico e privato

Attraverso Internet i confini tra pubblico e privato sfumano e si confondono, sovvertendo le normali attività di salvaguardia della propria privacy.

Se nella vita quotidiana, quella che potremmo definire *off line*, è necessario agire per comunicare qualcosa di strettamente personale, su Internet il processo è esattamente

⁴⁰ Questo accade se all'interno della pagina non sono stati inseriti dei metadati che legano la pagina a una data particolare. Cosa che avviene molto raramente. I Meta Tag sono parte dei tag HTML che descrivono il contenuto della pagina ai motori di ricerca e ai visitatori del sito web. Sono in pratica le informazioni, chiamate metadati, che non vengono visualizzate nella parte *front end* del sito, ma che si trovano nella sua struttura e permettono ai motori di ricerca di classificarne il contenuto. In altre parole, i Meta Tag sono elementi basilari che compaiono nel codice HTML di un sito web e indicano al motore di ricerca di cosa tratta quel sito (<https://www.italiaonline.it/risorse/meta-tag-cosa-sono-e-come-scrivere-l-alfabeto-della-seo-1105>).

contrario, in quanto occorre attivare blocchi, filtri e barriere per garantire privacy e rispetto dell'intimità personale.

Ascolto/Verosimiglianza (nonostante tutto)

Sebbene negli ultimi anni stia crescendo da parte della popolazione un senso di distacco, se non di diffidenza, rispetto ai contenuti del web, da più parti ritenuti come poco attendibili, non si è realizzata una parallela e consistente riduzione nell'uso delle piattaforme.

Il tasso di penetrazione delle informazioni veicolate attraverso Internet rimane altissimo e il fatto che vengano riproposte frequentemente al di là di ogni approccio razionale tende nel tempo a rendere le stesse credibili e affidabili.

«Se Google è particolarmente difficile da abbandonare, poiché viene comunemente definito "gigante della ricerca", anche Facebook e Twitter posseggono tassi di abbandono indiscutibilmente bassi»⁴¹.

Dopo il perfino eccessivo utilizzo dei social media e dei contenuti digitali riscontrato durante i periodi del *lockdown* (fenomeno che aveva fatto rilevare un'impennata del ricorso al web in tutte le classifiche), negli ultimi mesi si registra una leggera riduzione del tempo trascorso *online*, ma in ogni caso il web rappresenta oggi il modo privilegiato per comunicare ed accedere all'informazione e oltre il 95% dell'utilizzo di Internet è riferibile ai *social network* anche se, in tale ambito, la maggior parte delle immagini e dei video è rappresentata da cuccioli⁴².

Un tale elevatissimo rapporto di fidelizzazione, nonostante l'acclarata sfiducia verso di esse, testimonia che le piattaforme creano una sostanziale dipendenza e mantengono così sugli utenti una forma di potere e di influenza che, attraverso la costante reiterazione, provoca una graduale accettazione di alcuni messaggi indipendentemente dalla veridicità intrinseca degli stessi.

Tale fattore di credibilità è, poi, ulteriormente rafforzato dalla presenza di algoritmi all'interno di alcune piattaforme che creano la cosiddetta "bolla di filtraggio", qui di seguito illustrata.

La bolla di filtraggio

Nel dicembre 2009 Google ha iniziato a personalizzare i risultati di ricerca per tutti gli utenti, dando vita così ad una nuova era di orientamento all'utente.

⁴¹ William J, Tedeschi P, Marcati A, *Credibilità e Social Media: gli effetti della conoscenza pregressa sul rapporto tra la fonte e il contenuto di un messaggio*, LUISS Dipartimento di Impresa e Management, 2019.

⁴² Digital 2022 Global Overview Report (<https://www.hootsuite.com/it/risorse/digital-trends-q3-update>).

La bolla di filtraggio nasce dal sistema di personalizzazione dei risultati di ricerche su siti che registrano la storia del comportamento dell'utente, nota come profilazione⁴³.

Tali siti sono in grado di utilizzare informazioni (ad es. posizione, click e ricerche precedenti, *like*, etc...) per selezionare, tra tutti i contenuti, quelli preferiti.

Di conseguenza, la persona viene esclusa da informazioni in contrasto con il suo punto di vista e, in tal modo, isolata nella sua bolla culturale o ideologica.

Esempi di tale processo sono la ricerca personalizzata di Google e le notizie personalizzate di Facebook⁴⁴, o – in misura ancora più marcata - di altri social media quali Instagram e TikTok.

Nessuno sa indicare con precisione, ad esempio, il principio che governa l'algoritmo di Facebook ma tutti sanno che hanno la precedenza le persone con cui si comunica più spesso e che, nel 99% dei casi, hanno sufficiente affinità di pensiero con il titolare dell'*account*.

L'Unione Europea sta lavorando per arginare i pericoli relativi alla profilazione e alla diffusione di informazioni dannose, regolamentando il mercato digitale così come già avvenuto con il GDPR.

Con il *Digital Market Act* (DMA) e il *Digital Service Act* (DSA), 19 piattaforme⁴⁵ dovranno adeguarsi alle normative UE, con multe fino al 6% del fatturato annuo e divieto di operare in Europa in caso di recidiva.

L'UE mira a proteggere i diritti digitali degli utenti, in particolare dei minori, prevenire rischi sistemici e moderare i contenuti.

Le piattaforme dovranno introdurre sistemi di segnalazione di contenuti illegali e rimuoverli rapidamente; non sarà più consentito mostrare annunci pubblicitari basati su dati sensibili, come origine etnica, opinioni politiche e orientamento sessuale, *de facto* vietando la profilazione.

⁴³ Per un maggior approfondimento sul concetto di profilazione dell'utente online, si veda *Profilazione on line: regole chiare e più tutele per la privacy degli utenti, a cura del Garante per la protezione dei dati personali*. <https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/3921331>

⁴⁴ Maddalena E, *Social media, perché la filter bubble è un problema di algoritmo e di cultura*, Huffingtonpost, 28 aprile 2016

⁴⁵ Ovvero quelle che raggiungono almeno i 45 milioni di utenti attivi *online* ogni mese: Alibaba AliExpress, Amazon Store, Apple AppStore, Bing, Booking.com, Facebook, Google Play, Google Maps, Google Search, Google Shopping, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, TikTok, Twitter, Wikipedia, YouTube e Zalando.

La filosofia dell'UE è quella di attribuire maggiori responsabilità alle grandi aziende in termini di prevenzione e mitigazione dei rischi sistemici, moderazione dei contenuti e protezione dei diritti degli utenti⁴⁶.

⁴⁶ Il Regolamento UE 2022/206 sui servizi digitali (*Digital Services Act*), insieme al *Digital Markets Act* sui mercati digitali, è stato approvato dal Parlamento Europeo il 5 luglio 2022 ed è stato pubblicato sulla [Gazzetta Ufficiale dell'UE del 27 ottobre 2022](#).

MECCANISMI PSICOLOGICI SFRUTTATI DALLE FAKE NEWS: LE TRAPPOLE COGNITIVE

Per consuetudine si è soliti affermare che “coloro che sono pazzi non sanno di esserlo”.

Seguendo il principio socratico “so di non sapere”, la mancata coscienza definisce l’incapacità di avere conoscenza di uno stato e, al tempo stesso, la consapevolezza di avere alcune lacune cognitive offre all’uomo l’occasione di colmarle.

Una persona che conosca i propri limiti, infatti, più facilmente cercherà di affrontarli e superarli proprio grazie a questa consapevolezza; al contrario, chi neghi i propri limiti difficilmente avrà la possibilità di metterli in discussione e migliorarsi. La scelta dipende dalle strategie mentali utilizzate.

L’età incide sulla plasticità mentale, tanto che, considerando anche l’affermazione di Pasteur «la fortuna favorisce la mente preparata», la maggior parte delle scoperte scientifiche più rilevanti e delle teorie più complesse è stata elaborata e confermata valida da persone giovani.

A titolo esemplificativo basta citare come Albert Einstein abbia rivoluzionato la fisica all’età di 26 anni, James Watson avesse appena un anno in meno quando contribuì a scoprire la doppia elica del DNA e Steve Jobs abbia fondato la Apple Computer all’età di 21 anni.

Al termine dello sviluppo del sistema nervoso, ossia dai 20 anni di età circa, la mente risponde alle esperienze ed alle opportunità in maniera più o meno creativa e produttiva a seconda delle competenze e delle predisposizioni della persona stessa.

Già dai 30 anni in poi le strategie mentali apprese tendono ad essere selezionate ed utilizzate con maggiore strutturazione e tale fenomeno può causare una forte rigidità nei comportamenti, nel tentativo di cercare conferma anche attraverso trappole cognitive.

Le distorsioni cognitive (o *bias* cognitivi)

Attraverso meccanismi inconsci, l’essere umano interpreta le situazioni in modo soggettivo con il fine ultimo di confermare o approvare un proprio comportamento.

Quando i suddetti meccanismi si attivano, determinati elaborati automatici del pensiero generati da vissuti a connotazione emotiva negativa (paura, ansia, tristezza, rabbia, vergogna) creano agitazione e riescono a ricondurre alla calma interiore solo se riportati nell’alveo dell’accettabilità attraverso l’uso della distorsione cognitiva.

Sono stati finora studiati più a fondo i *bias* cognitivi legati al gioco d’azzardo, ma negli ultimi anni, con la pandemia da SARS-CoV-2, sono balzati alla ribalta quelli legati alla disinformazione e alla misinformazione:

- a) “*bias* di conferma” (si ricercano solo le informazioni che confermano il proprio pensiero);

- b) “effetto Dunning-Kruger” (errore commesso da persone non competenti che tendono a sovrastimare le proprie conoscenze su uno specifico argomento);
- c) “illusioni positive” (errori legati al fatto che il soggetto sopravvaluta le proprie capacità e qualità illudendosi di poter influenzare eventi del tutto indipendenti dalla propria volontà e, potenziando in tal modo la fiducia in sé stesso, si difende da ansia e depressione);
- d) “*bias* di sopravvivenza” o “pulsione verso la conoscenza causale” (errore logico che rientra nella più generale fallacia statistica del cosiddetto *selection bias*⁴⁷ per cui, nel valutare una situazione, il soggetto prende in considerazione soltanto elementi, persone o cose che, per lo più perché fisicamente disponibili o visibili, hanno superato un determinato processo di selezione e perviene, così, a conclusioni fallaci in quanto prive di basi statistiche affidabili);
- e) “sottovalutazione delle probabilità” (tendenza a decidere in base all’emotività ignorando completamente la probabilità statistica);
- f) “*bias* dell’inazione” (percezione fallace che il rischio legato ad una azione sia più elevato rispetto a quello corrispondente alla non-azione);
- g) “correlazione illusoria” (percezione dell’esistenza di una correlazione tra fenomeni pur in assenza di prove a riguardo);
- h) “*bias* di proporzionalità” (errore, spesso commesso dai complottisti, in base al quale quanto meno è verificabile, tanto più è veritiera una teoria per cui solo l’intervento di grandi organizzazioni o gruppi potenti può spiegare effetti di vaste proporzioni).

Seguendo la piramide dei bisogni di Maslow⁴⁸, dopo aver soddisfatto i bisogni fisiologici basilari e quelli di sicurezza dobbiamo tutti affrontare quelli legati al senso di appartenenza, alla stima e all’autorealizzazione, che non sempre si armonizzano con la corretta informazione.

Fare parte di un gruppo, socializzare, sentirsi stimati da quanti hanno la stessa estrazione socio-culturale o politica e diventare promotori di un pensiero (qualunque esso sia) diventa

⁴⁷ Nel 1942, su richiesta del governo americano, un gruppo di scienziati della Columbia University a New York avviò una serie di analisi e studi di supporto alle attività dell’esercito. Gli Stati Uniti erano entrati da pochi mesi in guerra, in seguito all’attacco a sorpresa subito alla base navale di Pearl Harbor. Il lavoro di quel gruppo di scienziati – lo Statistical Research Group (SRG), formato perlopiù da matematici – sarebbe servito a migliorare il controllo statistico della qualità dell’industria militare e a perfezionare le strategie e le attrezzature. Tra i membri del gruppo di ricerca figurava Abraham Wald, un quarantenne matematico ungherese di origini ebraiche, fuggito dall’Austria tre anni prima durante l’occupazione nazista. Si racconta che Wald, interpellato dalla Marina Militare statunitense, fosse riuscito a individuare un errore logico – definito pregiudizio di sopravvivenza – in un ragionamento degli ingegneri che stavano studiando un modo per rendere meno vulnerabili gli aerei degli Alleati. Analizzando i fori di proiettile sulle fusoliere degli aerei rientrati dopo le missioni i militari pensarono in un primo momento di dover aggiungere protezioni nei punti più danneggiati. Per Wald i punti non danneggiati erano proprio quelli da proteggere perché evidentemente avevano condizionato l’abbattimento da parte delle forze avversarie di velivoli che, per tale motivo, non avevano mai fatto ritorno alla base. Per l’aneddoto appena riferito, Wald – noto per i suoi studi sulla statistica – è oggi citato spesso in relazione al pregiudizio di sopravvivenza, un errore che si presenta quando, nella valutazione di una situazione, ci si concentra soltanto sulle persone o sulle cose che hanno superato un determinato processo di selezione e si trascurano tutti gli altri elementi per via della loro stessa invisibilità. Tale errore è alla base di ragionamenti fallaci frequenti in analisi e discorsi inerenti alle più disparate discipline e attività umane, dalla finanza alle arti, e può portare a conclusioni estremamente fuorvianti. Il difetto che Wald individuò nel ragionamento della Marina Militare statunitense – secondo le ricostruzioni più accreditate e condivise e al netto di alcuni indubbi tratti leggendari – rappresenta ancora oggi una delle formulazioni più chiare del surriferito pregiudizio. (Tratto da: <https://www.ilpost.it/2021/04/02/pregiudizio-sopravvivenza/>).

⁴⁸ Maslow, AH, *A theory of human motivation*. Psychological Review, 1943. 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>

più allettante ed intrigante che analizzare a fondo il *mare magnum* dei dati dell'informazione, disinformazione e misinformazione.

La strategia meno faticosa sfrutta il meccanismo distorsivo dato dal “*bias di conferma*”, attraverso il quale si ricercano coloro che seguono la stessa corrente di pensiero e, trovando conferme immediate, non avvertono nemmeno il bisogno di indagare i motivi che hanno condotto a determinate conclusioni, non riuscendo così a comprendere quanto le stesse possano derivare semplicemente dall'inconscio assecondamento di uno strisciante sentimento di paura (di morire o di perdere una persona cara, nel caso della pandemia, il cosiddetto *tabù della morte*) in grado di paralizzare la loro componente razionale.

È importante, a tale proposito, sottolineare che le teorie complottiste non sono necessariamente false e irrazionali ma rispondono a fondamentali bisogni epistemici e psicologici, fra i quali il desiderio di non dipendere dagli altri per spiegare fatti che toccano da vicino e cambiano la vita.

Grazie a quest'ultimo meccanismo psicologico si riesce ad elaborare una teoria personale credibile in grado di dare senso a una realtà in continua trasformazione⁴⁹ («Gli studi psicologici ci dicono che molte delle nostre scelte, se non tutte, sono influenzate da fattori estrinseci e inessenziali alle scelte stesse, dei quali non siamo consapevoli»⁵⁰).

A confondere i fruitori dell'informazione è la presenza sempre maggiore di persone ed organizzazioni che, sfruttando la sacra libertà di parola ed opinione, attraggono a sé anche ai fini commerciali coloro che, anche se privi delle competenze adatte a rielaborare una certa idea o teoria, sono convinti di essere più intelligenti di altri o di avere una mentalità più aperta di chi è contrario.

Si instaurano così le cosiddette “bolle epistemiche”: contesti sociali caratterizzati da una circolazione di informazioni molto limitata e selettiva, impermeabile all'infiltrazione di punti di vista divergenti⁵¹, rafforzati nelle proprie convinzioni dalle bolle di filtraggio precedentemente descritte.

La diffidenza generalizzata verso le istituzioni, unita ad una scarsa cultura di base, rende, poi, alcuni soggetti resistenti alla “versione ufficiale” dei fatti e predisposti ad accettare qualunque teoria alternativa, ivi comprese quelle complottiste.

In tal caso, qualunque spiegazione o chiarimento proposti dalle istituzioni, non viene solo rifiutata ma addirittura rafforza l'idea del complotto (“*backfire effect*”, per il quale le nuove informazioni, invece di contribuire a correggerle, rendono ancor più granitiche le convinzioni errate).

⁴⁹ Stammers S, *Confabulation, Explanation, and the Pursuit of Resonant Meaning*, in *Topoi* 39 (2018), pp. 177-18733

⁵⁰ Ichino A, Bortolotti L, *Conspiracy theories, denialisms, and other cognitive distortions: a challenge at the intersection of psychology and philosophy* - 3 Dec 2021 - *Syzetesis Journal*: «Al supermercato abbiamo la tendenza a scegliere articoli alla nostra destra (se non siamo mancini); quando riflettiamo sulla qualità delle nostre relazioni personali, pensare ai vantaggi pratici che la relazione ha per noi, invece che al suo valore intrinseco, influenza negativamente le nostre valutazioni sulle sue prospettive di durata; quando abbiamo fretta siamo molto meno disposti ad aiutare uno sconosciuto in difficoltà».

⁵¹ Nguyen T, *Echo Chambers and Epistemic Bubbles*, in *Episteme*, 17 (2020), pp. 141-161

Il complottismo risponde quindi al bisogno di gestire la paura attraverso la rabbia, ovvero trovare un colpevole e/o una spiegazione in grado di annullare la paura dell'ignoto.

Il senso e la volontà di controllo sono elementi imprescindibili della salute mentale⁵² e, come tali, non sempre provocano distorsioni cognitive.

Essi, tuttavia, amplificano il rischio di far scivolare il soggetto in situazioni di plagio e/o di incanalarlo verso l'affiliazione a sette che utilizzano proprio i *bias* cognitivi per intrappolare il maggior numero possibile di persone nella loro ragnatela.

Il CSB, comunque, ha scelto di non trattare qui l'argomento del plagio e delle sette, ritenendo doveroso dedicargli uno spazio più ampio e una disamina più articolata che porterebbe l'intero documento fuori tema.

⁵² Ichino A, Bortolotti L, *Conspiracy theories...* op.cit.

LA COMUNICAZIONE IN EPOCA DI CRISI

Partendo dall'analisi dei meccanismi psicologici alla base della vulnerabilità alle *fake news* appena realizzata, dobbiamo ora identificare per la nostra società un percorso "riabilitativo" adeguato partendo dalla cospicua letteratura in materia di strategie tipiche della comunicazione in situazione di crisi e i risultati positivi ottenuti in tale campo possono contribuire a gestire e, in molti casi, a prevenire complesse condizioni di *information disorder*.

Del resto, disinformazione e crisi viaggiano su binari paralleli che spesso si alimentano a vicenda perché le *fake news* proliferano durante i periodi di crisi, caratterizzati dalla fragilità dei sistemi, dall'urgenza di trovare risposte adeguate ai problemi emergenti e dai sentimenti di incertezza o paura.

Questi ultimi, infatti, favoriscono il desiderio di trovare sicurezza, identificare al più presto soluzioni convincenti di fronte alla complessità e sentirsi parte di una élite pronta alla lotta in un mondo che si sta sgretolando.

Le persone più esposte alla crisi hanno ormai modificato il loro atteggiamento nella ricerca di informazioni, passando dall'individuazione delle fonti più attendibili, particolarmente difficili da reperire, al ricorso alle informazioni immediatamente disponibili in grado di rassicurarle, offrendo conferma a considerazioni egosintoniche⁵³ che per loro natura acquisiscono direttamente la valenza di "attendibilità".

Ne è esempio il 60% circa di aumento delle *fake news* circolanti su Internet durante la quarta ondata della pandemia di SARS-CoV-2 – fenomeno, peraltro, presente in forme più o meno massive durante tutti i momenti di crisi - tanto che è stata dimostrata una proporzionalità diretta tra l'incremento dei contagi e quello della disinformazione.

⁵³ In psicologia si definisce egosintonico un qualsiasi comportamento, sentimento o idea che sia in armonia con i bisogni e desideri dell'Io, o coerente con l'immagine che il soggetto ha di sé. Più precisamente, EGOSINTONICO: «[...] si riferisce alla compatibilità di idee o pulsioni con gli ideali dell'Io e con il concetto che il soggetto ha di se stesso. Ne consegue un atteggiamento [...] di accoglienza [...]», tratto da Galimberti U, *Enciclopedia di Psicologia*. Ed. Garzanti (1999).

Il concetto di crisi

Appare opportuno soffermarsi brevemente sul concetto di crisi, termine troppo spesso utilizzato in modo improprio e arbitrario, a volte come sinonimo di difficoltà o di emergenza.

Sui media e nel linguaggio comune le parole “emergenza” e “crisi” sono infatti utilizzate talvolta indifferentemente.

Ciò accade anche nei *reportage* giornalistici senza che autore o fruitore si rendano conto che l'uso della parola crisi presuppone in realtà una condizione molto diversa e molto più complessa e pericolosa di quella di cui si sta parlando in quel particolare momento.

I termini “emergenza” (difficoltà improvvisa) e “crisi” (evento del quale manca un sistema di rappresentazione ed esperienza), infatti, oltre a non essere sinonimi, non esprimono realtà consequenziali o propedeutiche l'una dell'altra o affrontabili allo stesso modo in fase di preparazione e, tantomeno, di realizzazione degli interventi correttivi.

Per estrema semplificazione, possiamo affermare che una situazione di crisi è caratterizzata dall'impossibilità di ottenere risultati utili grazie all'applicazione del naturale processo di soluzione di un problema *if-then* (in base al quale, se mi comporto in un certo modo, ottengo determinati risultati).

La crisi si manifesta come un evento straordinario che irrompe nella vita di una comunità con una chiara visibilità esterna ed altera i processi in atto all'interno e all'esterno del sistema sociale disgregando gli equilibri regolatori e i meccanismi funzionali di quest'ultimo a tal punto che nessuna regola vigente è più in grado di offrire una soluzione operativamente valida.

La definizione di crisi che ci sembra più adatta è: «*la percezione di un evento possibile, non prevedibile nei tempi e nei modi, che genera alti livelli di incertezza e di minaccia il cui accadimento e la cui visibilità producono un effetto in grado di compromettere la capacità operativa e la sopravvivenza di un'organizzazione*»⁵⁴.

⁵⁴ Di Paolo F, *La Comunicazione di Crisi*, in *Manuale di Relazioni istituzionali*, Stefano Scarcella Prandstraller (a cura di), McGraw Hill, Milano, 2022.

Il termine che emerge come dominante da tale definizione è “percezione”, un processo cognitivo che orienta i comportamenti delle persone di fronte a decisioni che comportano potenziali rischi.

La percezione coinvolge le conseguenze di una certa situazione sul piano sia razionale ed oggettivo sia emozionale e soggettivo tanto che, in forza di essa, le persone a volte hanno timore di attività di per sé non pericolose e si sentono, invece, rassicurate da scelte che potrebbero avere conseguenze drammatiche.

In tal modo, per il Teorema di Thomas “se gli uomini le considerano reali, certe situazioni diventano reali nelle loro conseguenze”⁵⁵, un gruppo o singoli individui possono rendere reali le situazioni sociali che percepiscono come vere assumendo un comportamento adeguato a queste ultime.

Un esempio di quanto appena espresso è dato da chi, avvertendo come fredda la temperatura esterna, indossa abiti pesanti a prescindere dal dato oggettivo.

In tale contesto, sulla base della presa di coscienza di quanto il percepito condizioni e plasmi il reale, è utile distinguere fra la gestione delle crisi (*crisis management*) che si fonda sulla realtà, e la gestione della comunicazione di crisi (*crisis communication management*) che tiene conto del percepito.

Infatti, per quanto immerse in una società totalmente condizionata da percezioni di massa e da una serie di crisi che talvolta vivono unicamente nel regno del percepito, le istituzioni ancora non riescono a fare i conti con la portata del neo-reale mediatico che si produce a livello di “emozione pubblica” ed elaborare una comunicazione in grado di gestire una crisi - dopo averne individuato gli elementi chiave - attraverso un messaggio chiaro, compiuto, comprensibile e convincente finalizzato ad un obiettivo condiviso.

Quanto appena espresso presuppone la capacità di riconoscere immediatamente la complessità di una situazione per ridurre l’incertezza generale e il rischio di decisioni errate, intercettare tempestivamente una minaccia ed evitare che un’emergenza gestibile sfoci in una crisi sistemica.

⁵⁵ Thomas WI, *The Child in America: Behavior Problems and Programs*, Forgotten Books, 2018.

Se non fossero in grado di cogliere immediatamente i segnali di una crisi emergente, infatti, le istituzioni avrebbero scarse possibilità di rispondere adeguatamente da un punto di vista sia organizzativo sia comunicazionale, governando in modo consapevole e costante una serie di strumenti, canali e processi di informazione per evitare che disinformazione o misinformazione finiscano per generare un ulteriore motivo di crisi all'interno di quella preesistente o possano innescare di per sé un'ulteriore crisi.

La comunicazione di crisi

Rielaborando l'affermazione di Trancu Patrick, uno dei maggiori esperti italiani del settore, secondo il quale «in una situazione di crisi la comunicazione non è l'azione del comunicare, bensì è il comunicare l'azione»⁵⁶, occorre ricordare due fenomeni: la comunicazione di crisi da un lato accompagna le azioni intraprese per tentare di superare l'*impasse*, dall'altro deve costituire una leva attraverso la quale coinvolgere altri "portatori di interesse" (*stakeholder*) che, nel caso specifico, si identificano con la cittadinanza ed incoraggiarne una modulazione o trasformazione dei comportamenti per realizzare un interesse comune.

A tal fine è fondamentale mettere in atto strategie e modalità operative comunicazionali specifiche utili a ridurre nella popolazione gli effetti paralizzanti o distruttivi di una percezione distorta.

Nella comunicazione di crisi occorre diversificare gli interventi, non dare nulla per scontato, mostrare coraggio e ricorrere a termini e principi fondamentali, quali *ascolto, fiducia, correttezza, competenza, concretezza, autorevolezza, tempestività, trasparenza, cadenza, regolarità, consapevolezza della intangibilità del pericolo e attenzione ai dettagli*.

Ognuno degli aspetti appena elencati ha una valenza essenziale per garantire il rapporto di fiducia tra chi comunica e chi riceve i messaggi, il riconoscimento della competenza a chi sta gestendo il passaggio e la capacità di ascolto da parte delle istituzioni, unica vera qualità in grado di trasformare di colpo il rapporto base-vertici in simmetrico ("a due vie") e intercettare e comprendere i bisogni, le paure e la percezione del pericolo per rendere i messaggi più efficaci e comprensibili.

⁵⁶ Trancu P, Intervento in occasione della tavola rotonda "Reputazioni sull'Orlo di una Crisi Sociale", organizzata a Roma da FERPI, 9 ottobre 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=yXBerIbh>.

I termini tra loro strettamente correlati e inscindibili e più utili a realizzare una corretta comunicazione nel contrasto alle *fake news* sembrano essere *tempestività* e *correttezza*.

Una comunicazione corretta ma intempestiva, infatti, non produce i risultati previsti, in quanto attiva le risposte solo quando il danno è già grave, mentre una comunicazione tempestiva ma scorretta rischia addirittura di peggiorare il quadro, fornendo indicazioni fuorvianti ed aggravando così il rischio di innescare una crisi nella crisi.

Del resto, tempestività e correttezza richiedono preparazione e *competenza*, qualità che possono essere solo acquisite nel tempo sfruttando appieno le fasi di quiescenza vissute in precedenza.

Un altro lemma di rilievo nella risoluzione di crisi con disinformazione massiva è *coraggio*, una qualità messa in atto anche nell'ammettere i propri errori, nel proclamare l'incertezza, nell'accettare con sé stessi e riconoscere pubblicamente la sensazione di paura con il chiaro intento salvare vite e ridurre danni fisici o morali alla popolazione interessata.

Occorre coraggio anche nel dichiarare di non aver saputo riconoscere in tempo i segnali di una crisi di fatto imprevedibile e di sottolineare sin dal primo momento che affermazioni e indicazioni iniziali possono mutare completamente ed essere a volte smentite o confutate in base ai mutati contesti e alle nuove informazioni acquisite giorno dopo giorno sulle caratteristiche e sulle dinamiche della crisi in atto.

A tal fine, si può e deve far leva proprio sul fatto che una delle caratteristiche essenziali di ogni crisi è proprio l'iniziale assenza di dati validi da utilizzare nel processo decisionale.

Del resto, il coraggio di proclamare la provvisorietà dei dati e la conseguente incertezza è in grado di per sé di mitigare la rabbia e ridurre l'aggressività delle accuse scatenate da smentite di affermazioni precedenti, tanto più se si esercita la *trasparenza* nella pubblicazione di nuove prove a supporto della necessità di mutare alcune scelte.

Altro elemento fondamentale è il *coraggio* di accettare la paura: l'obiettivo di una corretta comunicazione non è ostentare sicurezza *a priori* e senza alcuna base logica nella speranza di infondere tranquillità, ma dimostrare che la paura può essere sopportata e diventare addirittura uno strumento utile a realizzare per tutti una vera condizione di sicurezza.

Stigmatizzare o denigrare il sentimento di paura rende le persone più fragili, abbandonandole a una sensazione di inadeguatezza, ed è pertanto fondamentale ribadire sempre che esso rappresenta la naturale risposta alla necessità di ripararsi dai più vari pericoli imminenti.

Paradossalmente quindi, per ridurre gli effetti ed evitare che la paura assuma i caratteri paralizzanti del panico, è necessario riconoscere che l'incertezza esiste ed accettare così che quanto accade generi paura.

Un'errata comunicazione di crisi da parte degli esperti, invece, riduce le capacità di fornire informazioni corrette e arginare la disinformazione. La scienza della comunicazione applicata alle condizioni di crisi insegna che i linguaggi scientifico e politico sono inefficaci e spesso dannosi per la mancanza di coraggio dei decisori politici, coniugata alla cosiddetta "comunicazione degli annunci" e per il fatto che l'informazione scientifica, per natura legata alle prove via via emergenti, rischia di contraddire se stessa e quanto suggerito in precedenza alle istituzioni, screditando involontariamente queste ultime fino a porle sullo stesso piano di qualsiasi fonte autoreferenziale e degli stessi produttori di *fake news*.

LE FAKE NEWS NEL CASO SPECIFICO DELLA SALUTE

I temi della salute coinvolgono la parte più emozionale di ciascuno di noi e, pertanto, sono da sempre tra quelli maggiormente investiti dalle *fake news*.

Il *target* di riferimento è costituito spesso da persone in particolare condizione di fragilità emotiva perché colpite, direttamente o indirettamente, da una patologia a volte grave e priva di soluzioni terapeutiche e quindi disposte a scendere a compromessi maggiori con l'attendibilità delle informazioni ricevute.⁵⁷

In periodi o in contesti in cui coerenza, credibilità e attendibilità delle informazioni su misure preventive, malattie, farmaci e terapie sono essenziali per le decisioni da assumere a livello individuale, la diffusione di notizie false o fuorvianti rappresenta una minaccia per la salute di milioni di persone in tutto il mondo.

L'effetto più estremo è l'abbandono delle cure e, ovviamente, il decesso del paziente.

Dal caso Bonifacio, il veterinario che negli anni Sessanta ideò un siero anticancro basato su escrementi di capra, al metodo Di Bella o a quello Stamina, una parte dell'opinione pubblica non cessa di subire il fascino di spiegazioni non supportate da dati scientificamente inequivocabili.

Quando, però, si tratta di salute pubblica, come nel caso di una pandemia o delle campagne vaccinali nel quale il comportamento dei singoli può impattare direttamente sulla comunità, le conseguenze delle scelte individuali possono influire sulla salute di tutti.

La questione non è solo scientifica ma, come si potrà evincere da un successivo specifico paragrafo, incrocia il piano etico, in quanto le *fake news* in medicina fanno leva sull'illusione di trovare soluzione a ogni desiderio e sull'incapacità di accettare la finitudine della vita.

Fonti inquinate impediscono al cittadino medio di elaborare un'opinione valida su argomenti complessi.

Vi è quindi un impatto diretto delle *fake news* sul diritto alla salute: per un effetto più diretto, immediato e potenzialmente lesivo dell'allarme sociale che ne consegue, l'*information disorder* colpisce e condiziona variamente la vita degli individui con ricadute negative soprattutto nel caso in cui riguarda questioni di salute e quindi richiede il massimo impegno nella identificazione e neutralizzazione delle notizie distorte e mendaci.

⁵⁷ Secondo il 15° Rapporto Censis sulla Comunicazione, *La fiducia nei media al tempo delle fake news*, 2018, alla fine del 2017 (anno in cui le *fake news* furono riconosciute come problema a livello mondiale) in Italia il ricorso alla rete per reperire informazioni sulla salute si attestava sul 28,4% degli intervistati, con una percentuale perfino del 36,9 tra i giovanissimi e con quasi nove milioni di italiani coinvolti da una falsa notizia sul tema durante l'anno precedente.

Il caso dei vaccini anti COVID-19

Fin dall'inizio dell'emergenza pandemica da SARS-CoV-2, l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha coniato il termine di "infodemia", e cioè di un'abbondanza di informazioni che rende difficile distinguere le fonti affidabili.

"Bufale" e disinformazione sono molto pericolose quando riguardano la salute e spesso non è facile distinguerle tra milioni di notizie.

In una recente *review* curata dall'OMS su infodemia e disinformazione sanitaria emerge che la percentuale di disinformazione sanitaria sui social media raggiungeva perfino il 51% nei *post* associati ai vaccini, il 28,8% di quelli associati al Covid-19 e il 60% di quelli relativi alle pandemie⁵⁸, tanto che, in Italia, per classificare e confutare le più ricorrenti *fake news* il Ministero della Salute e l'Istituto Superiore di Sanità (ISS) hanno allestito siti specifici⁵⁹ nei quali tutte le informazioni sono verificate dagli esperti sulla base delle evidenze scientifiche e normative e delle documentazioni nazionali e internazionali disponibili alla data di pubblicazione.

Si indicano con il termine *hesitancy*, o "esitazione vaccinale", una serie di atteggiamenti variabili dal rifiuto tassativo all'accettazione nonostante la persistenza di paura e scetticismo nei confronti della vaccinazione.

Alla base del fenomeno sono stati individuati tre fattori:

- *Confidence*: il livello di fiducia che si nutre nei confronti dei vaccini, di chi produce e fornisce gli stessi e dell'autorità sanitaria;
- *Complacency*: la sottovalutazione dell'importanza ed efficacia dei vaccini o della gravità delle malattie correlate e del rapporto rischio-beneficio in relazione alle probabilità di ammalarsi;
- *Convenience*: la facilità di accesso ai vaccini, a sua volta legata al prezzo (se a carico del soggetto), alla distribuzione ed agli orari di apertura dei centri vaccinali, all'offerta attiva realizzata con chiamata a casa, lettera, messaggio.

Le notizie, poi, possono portare rapidamente anche a rapidi cambiamenti di scenario: un caso emblematico è stato quello legato al possibile legame del vaccino anti-COVID (*Vaxzevria*) prodotto da AstraZeneca e dall'Università di Oxford con casi estremamente rari di trombosi cerebrali e addominali.

La vicenda della sospensione per alcuni giorni della somministrazione del vaccino da parte di diversi Paesi dell'Unione Europea ha diviso esperti ed opinione pubblica e ha provocato in una parte dei cittadini una perdita della già vacillante fiducia nel vaccino AstraZeneca e nella campagna vaccinale in generale.

⁵⁸ Borges do Nascimento IJ, Pizarro AB, Almeida JM, Azzopardi-Muscat N, Gonçalves MA, Björklund M, Novillo-Ortiz D. *Infodemics and health misinformation: a systematic review of reviews*. Bull World Health Organ. 2022 Sep 1;100(9):544-561. doi: 10.2471/BLT.21.287654. Epub 2022 Jun 30. PMID: 36062247; PMCID: PMC9421549.

⁵⁹ <https://salute.gov.it/portale/nuovocoronavirus/archivioFakeNewsNuovoCoronavirus.jps>

Oltre che per le sue implicazioni nel rapporto tra scienza, decisioni politiche, comunicazione del rischio e media, il caso AstraZeneca riveste particolare importanza per il ruolo fondamentale della farmacovigilanza, processo di valutazione della sicurezza dei vaccini il cui rigore giustifica la fiducia da riporre nelle campagne vaccinali globali.

La vicenda ha infatti testimoniato ampiamente a sfavore dell'incertezza degli studi sui vaccini ed a favore dell'intenso e costante processo di verifica e controllo della sicurezza degli stessi.

Infatti, proprio grazie all'analisi dei dati emergenti in tempo reale dalle segnalazioni di reazioni avverse (vaccinovigilanza), le autorità regolatorie, fra le quali si annoverano AIFA ed EMA, possono verificare la sicurezza dei vaccini confermando quanto è stato osservato negli studi registrativi oppure segnalare variazioni nella frequenza di alcuni eventi indesiderati ed eventualmente identificare nuove reazioni avverse anche rare (1 su 10.000) o molto rare (meno di 1 su 10.000) fino a suggerire restrizioni all'uso o revocare la commercializzazione di alcuni prodotti⁶⁰.

Fake news, nutrizione e diete

Continui allarmismi sui mass media e sui *social network* trasmettono ogni giorno l'impressione che non esista più un solo alimento salubre sul pianeta; d'altra parte, il *web* è ridondante di notizie su alimenti e diete miracolose.

Le evidenze scientifiche indicano, invece, che l'esistenza di cibi miracolosi, dotati cioè di magnifiche proprietà nutrizionali, rappresenta un falso mito e che, al tempo stesso, non esistono cibi da condannare di per sé come velenosi per l'uomo.

In generale, il pericolo di ogni prodotto dipende dalla dose: nessun alimento o ingrediente è definibile come "tossico" e i suoi eventuali effetti negativi sulla salute sono commisurati all'entità dei consumi e non possono prescindere dall'analisi del regime dietetico complessivo e, più in generale, dello stile di vita⁶¹.

Agevolato dalla democratizzazione di Internet e dei social, il sistema informativo stesso ha dato vita alle *nutrition fake*: un vero e proprio bombardamento di false notizie sull'alimentazione.

⁶⁰ A tale proposito, va segnalato che il supposto effetto cancerogeno dei vaccini anti COVID a mRNA legato dall'uso di eccipienti utili a formare le vescicole destinate a veicolare l'antigene nel vaccino di Pfizer-BioNTech *Comirnaty* nasceva da un'extrapolazione in assenza di contesto in quanto i lipidi sintetici ALC-0315 e ALC-0159 incriminati potrebbero sviluppare effetti cancerogeni solo se utilizzati per ricerca in soluzione di cloroformio ed etanolo, sostanze che non fanno parte della composizione finale del vaccino. Che, del resto, come ampiamente dimostrato attraverso la somministrazione di miliardi di dosi nel mondo, è estremamente sicuro ed efficace. Il prodotto finale, infatti, come indicato chiaramente nel documento contenente la sua composizione, pur contenendo ALC-0315 e ALC-0159 ha superato tre fasi di sperimentazione clinica ed è stato sottoposto a ulteriori controlli da parte di EMA prima e dopo la distribuzione risultando esente da alcuna traccia di sostanza cancerogena. La qualificazione come *fake news* del surriferito, supposto effetto cancerogeno è stata successivamente confermata dall'azienda produttrice degli eccipienti (<https://www.echelon-inc.com/>; <https://www.echelon-inc.com/statement-on-alc-lipids/>).

⁶¹ Come sottolineato dall'Istituto Superiore di Sanità italiano, organo deputato alla ricerca, al controllo e all'analisi di molti aspetti della salute pubblica nelle sue già riferite valutazioni dei falsi miti: <https://www.issalute.it/index.php/falsi-miti>

Siti *web* pubblicano continue novità sul binomio alimentazione/salute e i social ne aumentano la visibilità e condivisione amplificandone l'effetto con efficacia garantita dai dati.

Le *nutrition fake* hanno un impatto maggiore sui comportamenti alimentari rispetto a notizie basate su prove scientifiche, riescono a condizionare le scelte alimentari di ampie fasce di popolazione e, in alcuni casi, proprio perché riportate ripetutamente dai media, finiscono per essere segnalate anche su siti *web* affidabili, assumendo così un fortissimo radicamento sociale.

Un esempio classico è costituito dalle diete ad esclusione autogestite e restrittive che, in considerazione del fatto che eliminare un alimento trova giustificazione solo in una precisa diagnosi e prescrizione medica, potrebbero di per sé provocare danno fino a una vera e propria condizione di malnutrizione.

Analogamente, schemi alimentari utili a soggetti allergici o intolleranti vengono oggi pubblicizzati come miracolosi o dimagranti.

Di tale fenomeno rappresenta un esempio la raccomandazione della dieta priva di glutine per tutti che, di fatto, non ha senso come tale perché, a differenza del modello mediterraneo, espone al rischio di un inadeguato apporto di carboidrati complessi.

Le vicende degli ultimi anni, poi, che hanno coinvolto l'olio di palma⁶² e le carni rosse⁶³ sono un buon esempio di quanto la valutazione della salubrità di un alimento sia complessa e

⁶² <https://www.airc.it/cancro/informazioni-tumori/corretta-informazione>; [https://www.eufic.org/it/Risks-for-human-health-related-to-the-presence-of-3-and-2-monochloropropanediol-\(MCPD\),-and-their-fatty-acid-esters,-and-glycidyl-fatty-acid-esters-in-food](https://www.eufic.org/it/Risks-for-human-health-related-to-the-presence-of-3-and-2-monochloropropanediol-(MCPD),-and-their-fatty-acid-esters,-and-glycidyl-fatty-acid-esters-in-food). EFSA Journal 2016;14(5):4426. Nel 2016 EFSA, l'Agenzia Europea per la Sicurezza Alimentare, ha segnalato che a temperature superiori ai 200°C gli olii vegetali, e in particolare l'olio di palma, sviluppano sostanze (2 e 3-3- e 2-monocloropropanediolo e relativi acidi grassi) che, ad alte concentrazioni, sono genotossiche, ovvero in grado di alterare il DNA delle cellule. EFSA non ha mai chiesto il bando dell'olio di palma perché è difficile che concentrazioni pericolose siano raggiunte con la normale alimentazione. Il rischio è quindi legato alla frequenza e alla quantità delle consumazioni e riguarda in particolare le fasce giovani di età, perché i bambini prediligono alimenti a elevata concentrazione di olio di palma, come biscotti e varie tipologie di prodotti da forno. Il problema non è quindi legato al consumo di olio di palma di per sé, ma all'eccesso di grassi saturi nella dieta complessiva. In conclusione, è consigliabile non abusare di cibi contenenti olio di palma, ma non c'è alcun motivo ragionevole per eliminare del tutto tali sostanze. Tuttavia, il mercato ha largamente bandito l'uso dell'olio di palma, associando e ben evidenziando ad una maggiore qualità e salubrità l'assenza di quest'ultimo nei prodotti, solo pochi dei quali, in realtà, hanno registrato un miglioramento dei valori nutrizionali relativamente alla quantità dei grassi.

⁶³ *Red Meat and Processed Meat*, IARC Monographs on the Evaluation of Carcinogenic Risks to Humans Volume 114, IARC 2018. Struijk EA, Banegas JR, Rodríguez-Artalejo F, Lopez-García E., *Consumption of meat in relation to physical functioning in the Seniors-ENRICA cohort*. BMC Med. 2018 Apr 5;16(1):50. EU Joint Research Centre. *Health Promotion & Disease Prevention – Food-based Dietary Guidelines in Europe*. Accessed on 7 Feb. 2022. Nel 2015 IARC, l'International Agency for Research on Cancer di Lione, agenzia dell'Organizzazione Mondiale della Sanità che valuta e classifica le evidenze di cancerogenicità delle sostanze, ha definito la carne rossa come probabilmente cancerogena (classe 2A della classificazione dello IARC) e la carne rossa lavorata (insaccati e salumi) come sicuramente cancerogena (classe 1 della classificazione dello IARC). La carne, inclusa quella rossa e quella lavorata, rappresenta una importante fonte di proteine, associata a un ottimale funzionamento fisico, a una maggior forza muscolare e a una minore fragilità legate all'età ma contiene anche grassi saturi e il ferro nel gruppo eme, che, in dosi eccessive, possono provocare un aumento delle concentrazioni circolanti di colesterolo e insulina e facilitare lo sviluppo di alcuni tumori, in particolare quello del colon retto, inteso, peraltro in termini di rischio relativo, da rapportare necessariamente al rischio reale del singolo individuo. Nessuna patologia è causata soltanto dal consumo di carne rossa. La pericolosità delle carni rosse e lavorate e il rischio di cancro dipendono dalle quantità e dal modo di lavorazione e di cottura (cottura alla piastra o barbecue). Un consumo modesto di carni rosse non aumenta in modo sostanziale la frequenza di comparsa di malattia cancerosa in individui di per sé esposti ad un rischio basso. D'altro canto, le persone a elevato rischio individuale (per familiarità o presenza di altre patologie) dovrebbero discutere con il loro medico di fiducia del loro piano alimentare per valutare se e di quanto ridurre l'apporto di carne

debba basarsi sull'insieme dei vari fattori in gioco e non su un solo aspetto, tanto che ormai è chiaro come, a livello individuale, la strategia più ragionevole sia quella di variare le proprie fonti nutritive, evitando l'abuso di alcuni alimenti, senza denigrare o demonizzarne alcune in assenza di valide motivazioni scientifiche e di una competente visione d'insieme.

Fake news e contenzioso sanitario

Secondo i dati italiani del Tribunale dei Malati e della Commissione parlamentare d'inchiesta sugli errori sanitari, risultano attive 300.000 cause (delle quali 35.000 nuove ogni anno) contro medici e strutture sanitarie, private e pubbliche.

Gran parte di queste ultime si chiude, tuttavia, senza esiti, essendo respinte il 66% delle richieste in sede civile e il 95% delle doglianze in sede penale.

L'elevato numero di contenziosi, con una tendenza che si mantiene costante negli ultimi decenni, non trova corrispondenza nell'indubbio miglioramento della qualità dell'assistenza conseguita nel frattempo, grazie all'acquisizione di nuove tecniche e tecnologie in ambito biomedico e al diffuso riconoscimento di un complessivo miglioramento delle prestazioni professionali.

Fatta salva l'incomprimibile quota di comportamenti professionali negligenti e imprudenti, di difetti organizzativi e logistici giustamente perseguiti, di ingiustificate richieste di monetizzazione di eventi dannosi imprevedibili e inevitabili, si ritiene che uno dei fattori principali che contribuiscono a mantenere alto il livello del contenzioso sia l'alterato rapporto tra aspettative del paziente/familiare e concreta possibilità di offerta di salute da parte della medicina nel caso concreto.

In altri termini, come già accennato, si pretende che la scienza medica possa trattare tutte le malattie garantendone la guarigione.

Grazie alla rete e al proliferare di trasmissioni video/radiofoniche in cui si trattano problematiche mediche, l'utente/paziente è sempre meglio informato e tale fenomeno non può che essere considerato positivo.

Se, tuttavia, viene fatto un uso inappropriato delle risorse *web* rispetto alle possibilità offerte dal progresso della medicina, senza una corretta analisi della reale applicabilità al singolo caso dei progressi raggiunti, la disinformazione crea aspettative irrealizzabili che conducono alla pretesa della salvaguardia di un fantomatico "diritto alla guarigione" piuttosto che al diritto alla salute⁶⁴.

rossa o lavorata perché, come per qualsiasi cibo o nutriente specifico, gli effetti di quest'ultima sulla salute non possono essere isolati da dieta e stile di vita generali.

⁶⁴ Nella Repubblica di S. Marino, il diritto alla salute è tutelato nell'ambito del più ampio diritto alla sicurezza sociale, come previsto all'art. 9 della *Dichiarazione dei Diritti dei Cittadini e dei Principi Fondamentali dell'Ordinamento Sammarinese*, 1974, n. 59 e successive modifiche.

ASPETTI LEGALI DELLA DISINFORMAZIONE

In termini legali, quanto appena espresso giustifica un più elevato livello di attenzione sulla materia all'interno dei codici di procedura penale su scala internazionale ma, in termini bioetici, le notizie false, non verificate, impattano sui diritti della persona e impediscono l'attuazione dei principi fondamentali articolandosi, di fatto, nel livello "basilare" in cui la questione scientifica incrocia il piano etico, del quale si potrà trovare ampia trattazione più avanti.

Infatti, se si considera che l'oggetto dell'azione morale dell'individuo sono le libere scelte, risulta chiaro che queste non possono che poggiare sulla base costituita dalla conoscenza che, se dovesse subire una qualunque forma di distorsione, inquinamento o condizionamento, renderebbe impossibile un esercizio incondizionato della libertà di scegliere.

Da quanto finora emerso risulta evidente come, in un panorama informativo affollato e spesso confuso, sia irrinunciabile che i governi democratici, le organizzazioni dei media e i gruppi della società civile collaborino nel contrasto alla crescente minaccia della disinformazione tesa a seminare sfiducia e a dividere e danneggiare le società, approfondendo l'analisi del fenomeno e adottando misure adeguate per impedire l'inquinamento dell'intero ecosistema dell'informazione.

In tale luce, appare utile affrontare il tema delle ricadute delle *fake news* in economia, riferendosi al reato di aggio o/e di "manipolazione di mercato".

Questi ultimi, di fatto, riguardano il "delitto" (in gergo legale sammarinese il "misfatto") commesso da chiunque diffonda notizie false o attui operazioni simulate o altri artifici concretamente idonei a provocare una sensibile alterazione di strumenti non quotati, né in corso di quotazione (per il reato di aggio), oppure "quotati o in corso di quotazione" (per la fattispecie di manipolazione del mercato).

Quanto appena descritto è del tutto indipendente dalla volontà di agire per un vantaggio economico.

Se la diffusione di notizie false capaci di alterare il mercato si configura come un reato economico in quanto generano un danno, parimenti andrebbe compreso che le *fake news* possono generare un danno dalle conseguenze, talora catastrofiche, anche in ambito sanitario.

Ovviamente, anche se in tale settore è più evidente la difficoltà di attribuzione delle responsabilità, appare necessario attenersi allo stesso principio ispiratore per identificare formulazioni giuridiche attuative adeguate.

MODALITÀ DI CONTRASTO ALLA DISINFORMAZIONE

In una società nella quale sono in crescita l'analfabetismo di ritorno e l'incapacità di comprensione di un testo, diventa ancora più importante l'impegno al contrasto alla disinformazione.

Per combattere meglio il fenomeno in oggetto, i comunicatori e gli altri professionisti del governo hanno bisogno di comprendere a fondo come le credenze⁶⁵, false o vere, vengano adottate, sostenute e abbandonate.

In aggiunta a quanto descritto in merito alle "trappole cognitive" che ci espongono più facilmente al "contagio" da *fake news*, appare utile in questo momento suggerire altri spunti di riflessione più tipicamente sociali sul tema delle credenze.

Queste ultime sono intensamente personali e, oltre a quello innato di scoprire la verità, possono soddisfare altri bisogni:

- *comunità e appartenenza*: avere stesse credenze della propria stessa comunità o gruppo sociale garantisce e preserva un senso di appartenenza comune e una comprensione condivisa;
- *relazione con gli altri*: condividere le convinzioni di amici fidati o familiari consente di evitare conflitti o mantenere e coltivare tali relazioni;
- *spiegazioni per la complessità*: credere profondamente in qualcosa che fornisce una spiegazione semplice per eventi complicati evita sentimenti di impotenza o ansia;
- *autostima*: avere certe convinzioni (ad esempio, credere in cospirazioni che attribuiscono la colpa di eventi negativi a un determinato individuo, gruppo o istituzione) preserva la propria autostima o quella di un gruppo di appartenenza;
- *giustificazione di comportamenti*: avere certe credenze (scettiche sul cambiamento climatico, ad esempio) giustifica comportamenti più complessi o economicamente onerosi da adottare o evitare;
- *fedeltà al passato*: confermare quanto detto pubblicamente in passato o un impegno assunto in precedenza evita l'imbarazzo o la percezione di indegnità sociale legata al cambiamento di idea;

⁶⁵ Per "credenza" si intende quanto definito dalla Treccani, cioè l'atteggiamento di un soggetto di riconoscere per vera una proposizione: si distingue sia dal dubbio, che sospende il giudizio, sia dalla certezza, che fa riferimento alla validità oggettiva di una nozione. Nella filosofia antica la nozione di credenza è legata alla conoscenza sensibile e rientra pertanto nell'ambito dell'opinione, cui si contrappone la scienza, che è conoscenza delle verità eterne.

- *fedeltà a valori sacri*: aggrapparsi ad alcune credenze che sono parte integrante della propria identità e visione del mondo è essenziale per l'autostima e una interpretazione e comprensione del mondo stabilizzate e stabilizzanti⁶⁶.

La forza della convinzione, poi, diventa esplosiva quando si auto-moltiplica sul *web* con il contagio di realtà umane sempre più vaste.

Il debunking o risposta reattiva

Ad oggi, una delle contromisure più diffuse per contrastare la diffusione di notizie false è il *fact-checking*, ovvero un processo di verifica e accertamento dei fatti e a tale scopo, nell'ultimo decennio, sono comparsi molti siti con lo scopo di operare il cosiddetto *debunking*⁶⁷ e famose testate giornalistiche hanno costruito piattaforme dedicate alla verifica delle affermazioni.

A volte è sufficiente porre poche domande, effettuare delle ricerche, contestualizzare le affermazioni, trovarne l'esatta collocazione spazio-temporale, del tipo: Chi è l'autore? È una fonte affidabile? Cosa dicono altre fonti sulla questione? C'è qualche prova reale? Quando è stata pubblicata la notizia? Dove sono state pubblicate le informazioni? Questa piattaforma è affidabile?

La contromisura alle *fake news* appena descritta viene definita "risposta reattiva": consiste nell'affrontare in modo rapido e diretto le storie false o la disinformazione e spiegare in modo diretto perché esse non rispondano al vero.

Per evitare che le persone si sentano attaccate in ragione di ciò in cui credono e aggredite da una forma diretta di comunicazione, sviluppando così immediati meccanismi di difesa e chiusura rispetto alle informazioni che potrebbero raggiungerle, è importante usare un linguaggio e un tono non giudicanti, evitare, cioè, messaggi dai quali trapeli l'idea che chi crede nelle false informazioni possa essere sciocco, ingenuo o credulone.

È necessario, quindi, argomentare la contro-disinformazione prestando particolare attenzione ad esporre i concetti in modo chiaro e facile da comprendere e ricordare, inserendoli in narrazioni più ampie e coerenti con la tematica senza mai "esagerare".

Paradossalmente, infatti, inserire un numero elevato di dati e di motivazioni a sostegno o elaborare il pensiero in modo troppo complesso può rendere i messaggi meno credibili.

Gli approcci di risposta reattiva, però, sono raccomandati solo in presenza di un rischio effettivo e immediato di comportamenti dannosi, in quanto comportano il rischio di ritorcersi contro chi li mette in atto, per l'esistenza di *bias* cognitivi (euristiche che

⁶⁶ Si veda British Government Communications Center - GCS Behavioural Science Team, *The Wall of Beliefs*, Settembre 2022.

⁶⁷ Opera di demistificazione e confutazione di notizie o affermazioni false o antiscientifiche, spesso frutto di credenze, ipotesi, convinzioni, teorie ricevute e trasmesse in modo acritico. (https://www.treccani.it/vocabolario/debunking_%28Neologismi%29/).

permettono un dispendio minore di energie cognitive) che possono inquinare qualsiasi ricerca di informazioni o lettura di un testo⁶⁸, contribuendo ad amplificare e diffondere informazioni false a un pubblico sempre più ampio e innescando una reazione di rigetto da parte di chi, nel dibattito, sente vacillare alcune certezze. In alcuni casi le persone possono evitare attivamente informazioni che vanno in contrasto con le proprie convinzioni o possono mettere a tacere i propri dubbi o preoccupazioni al fine di non trovarsi in una situazione che viene definita di dissonanza cognitiva. In tali circostanze è improbabile che la semplice presentazione di informazioni vere possa ribaltare con successo le false credenze. Sfidarle pubblicamente - soprattutto su grandi canali di comunicazione di massa - può inconsapevolmente amplificare le false informazioni, diffondendole a un pubblico più ampio e, in questo modo, renderle familiari ai più aumentandone la presunta credibilità, ed affrontare direttamente i miti può anche condurre molti a immaginare che entrambe le posizioni siano caratterizzate dallo stesso livello di analisi e complessità e quindi legittime, favorendo la falsa percezione di una vera controversia. Per di più, il disagio derivante dalla dissonanza cognitiva legata alla messa in discussione della propria visione del mondo può portare a una ribellione infrenabile nei confronti di *debunker* interpretati esclusivamente come nemici contro cui combattere⁶⁹.

Sorge, a questo punto, una nuova considerazione di natura etica: pur supponendo che sia possibile creare un sistema di classificazione perfetto in grado di etichettare come “vere” o “false” le notizie, resta irrisolto il problema di stabilire quale autorità, fra governo, una società privata di gestione del servizio di *social network* o l’utente stesso, possa essere delegata al controllo di tale filtro dell’informazione⁷⁰.

La soluzione più valida per arginare le possibili conseguenze negative di una strategia di risposta reattiva potrebbe essere permettere ai cittadini di attivare autonomamente processi di *fact checking*.

Tale scelta richiederebbe di lavorare intensamente sull’alfabetizzazione informatica, fornendo a gran parte della popolazione accesso diretto agli strumenti utili per comprendere meglio e navigare in sicurezza nell’ambiente *online*, valutare in maniera indipendente la bontà e l’affidabilità dell’informazione ed esercitare il proprio spirito critico attivando una serie di accorgimenti utili nell’elaborazione e contestualizzazione delle notizie⁷¹.

⁶⁸ Si veda il capitolo dedicato alle distorsioni o trappole cognitive.

⁶⁹ Gli autori di uno scontro frontale attraverso l’attività di *debunking*, inoltre, potrebbero essere oggetto di quella attività della rete definita “*shitstorming*” (fenomeno con il quale un numero piuttosto consistente di persone manifesta il proprio dissenso nei confronti di un’altra persona o un gruppo, una organizzazione o una azienda. La particolarità di questa pratica risiede nella ferocità con cui vengono espresse le critiche e la volgarità dei commenti degli utenti), con conseguente alterazione di tutta la percezione sull’argomento.

⁷⁰ Ruffo G, Tambuscio M, *Capire la diffusione della disinformazione e come contrastarla*, in *federalismi.it*, n. 11/2020. <https://iris.unito.it/retrieve/handle/2318/1737723/608063/23042020224425.pdf>

⁷¹ Esistono semplici strumenti di ricerca delle immagini che possono svelare manipolazioni, trucchi, decontestualizzazioni di alcune fotografie spesso portate a supporto di alcune posizioni. Si può portare ad esempio la fotografia comparsa durante l’inverno del 2019 che raffigurava una tendopoli ricoperta di neve sostenendo che era l’immagine di un campo presso Amatrice ancora in quelle condizioni dopo tre anni dal terremoto. Una situazione drammatica in cui lo scatto viene usato via social per denunciare la cecità di coloro che vorrebbero accogliere i migranti quando invece i terremotati di Amatrice sono sotto due metri di neve. Una foto efficace, drammatica, forte. Un’immagine che vale più di mille parole. Però cercando sul web si scopre che la foto non è di

In realtà, un'alfabetizzazione informatica molto ampia garantirebbe la diffusa consapevolezza dell'esistenza di pochi, semplici passaggi in grado di permettere a tutti di individuare le informazioni scorrette, a vantaggio della fascia di popolazione che, ad oggi, è meno formata a navigare in rete in totale sicurezza, composta principalmente da adulti meno esperti di informatica⁷².

Facilitazione di un comportamento socialmente valido

Contrastare credenze altamente radicate che causano comportamenti dannosi richiede, poi, la scelta di sfidare direttamente questi ultimi con una comunicazione efficace, rivolta a incoraggiare il cambiamento, per mitigare gli effetti delle azioni più deleterie senza affrontare le convinzioni sottese, il contrasto alle quali richiederebbe un'articolata e troppo lunga strategia comunicativa.

Nel corso del tempo, tale scelta potrebbe anche contribuire a modificare la percezione e le convinzioni personali dato che, in base alla teoria della percezione di sé⁷³, le azioni influenzano la nostra immagine e, quest'ultima, a sua volta può modificare il nostro comportamento tanto da poter influenzare precedenti credenze.

Tale gestione dei comportamenti si può attuare mirando a:

- *rendere il comportamento desiderato il più semplice possibile e quindi più difficile un comportamento dannoso*: rendere il comportamento desiderato attraente o gratificante può aumentare la probabilità che le persone vi si adattino comunque;
- *evitare di collegare il comportamento desiderato a credenze, valori o specifiche visioni del mondo*: in tal modo si riduce la probabilità che le persone sperimentino reattanza psicologica o dissonanza cognitiva;
- *introdurre ostacoli all'attuazione di comportamenti dannosi*: introdurre e pubblicizzare divieti, multe, regolamenti o ostacoli pratici⁷⁴ può rappresentare un

Amatrice. È un'immagine scattata in Libano per denunciare la situazione in cui vivono i rifugiati siriani (proprio quelli che fuggono dal proprio Paese in guerra e che a volte approdano sulle coste italiane). Si tratta del campo profughi di Aarsal, nel nord del Paese, flagellato da una tempesta di neve. (https://www.repubblica.it/cronaca/2019/01/12/news/quella_foto_fake_di_amatrice_sotto_la_neve_che_in_realta_e_il_libano-216359315/) La conoscenza di alcuni semplici strumenti di ricerca delle immagini, quindi, può essere sufficiente a smontare una narrazione distorta.

⁷² Guess A, Nagler J, Tucker J, *Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook*, Science Advances, 9 Jan 2019, Vol 5, Issue 1. Secondo questo studio condotto presso la Princeton University e la New York University (Stati Uniti) le persone con più di 65 anni tendono a condividere fino a 7 volte più notizie false rispetto ai giovani, contribuendo alla diffusione di informazioni sbagliate spesso pubblicate a fini politici e di propaganda. I ricercatori si sono limitati a esporre i dati, mentre non hanno fornito particolari valutazioni e conclusioni sul perché le persone più anziane tendano a credere e a diffondere notizie false. Ipotizzano però che una causa possa essere che le persone più anziane abbiano meno dimestichezza con le cose del Web, e siano quindi più esposte ai siti che diffondono disinformazione e pubblicano imbrogli. I più giovani, benché non sempre molto competenti su dove sia meglio informarsi, tendono a farsi qualche domanda in più quando vedono un link verso un sito sconosciuto e potenzialmente meno affidabile di altri.

⁷³ Il concetto di sé è oggetto di numerosi studi nel campo delle scienze sociali. Il sé è ciò che un individuo pensa di sé stesso, l'immagine che ha di sé nei vari contesti sociali in cui è immerso, è espressione di specifici punti di vista e prospettive, è legato allo sviluppo cognitivo del soggetto e alle differenti esperienze che egli affronta nel corso della sua vita e in relazione con gli altri.

⁷⁴ Dal 1° settembre 2012, ad esempio, è divieto di vendita in tutta Europa di lampadine a incandescenza con una potenza compresa tra i 25 e i 40 watt, che lasceranno il posto a quelle ad alta efficienza energetica, il che ha significato che quando le persone hanno

forte disincentivo nei confronti delle persone via via meno resistenti al cambiamento.

La promozione proattiva

Successivamente si potrà introdurre una strategia di “promozione proattiva” a lungo termine per affrontare convinzioni profondamente radicate.

Gli approcci di promozione proattiva mirano ad aiutare le persone a costruire una visione del mondo nuova attraverso una informazione specificamente orientata e sostenuta nel tempo.

La promozione proattiva, infatti, risponde ad una strategia a lungo termine incentrata sulla sola comunicazione della verità realizzata in modo convincente, utilizzando una serie di canali diversi e prestando particolare attenzione alla presentazione delle informazioni in un modo facile da comprendere e memorizzare, in totale assenza di un diretto impegno contro falsi miti.

Comunicare costantemente un "altro lato della storia" in modo accurato e coerente, via via contribuisce alla resilienza alle false informazioni, ma richiede un lavoro paziente e protratto nel tempo, da parte di uno staff composto non solo da esperti in comunicazione e che condivide una strategia basata sullo sviluppo di una narrazione che contestualizzi “aridi” fatti e cifre per elaborarne insieme *motivi, modalità di espressione ed azioni* da porre in essere.

Per eseguire una strategia di promozione proattiva occorre:

- raccogliere informazioni vere e inserirle in una storia avvincente e coerente che attraversa le *fake news*;
- usare tale narrazione per progettare una campagna comunicativa facilmente memorizzabile e accessibile utilizzando più canali e piattaforme (ad esempio, articoli, *blog*, discorsi e *post* sui social media) che, da diversi punti di vista, ripropongano e rafforzino le informazioni vere;
- condividere tale materiale in modo coerente nel tempo per favorirne la comprensione e la conoscenza di lungo termine da parte del pubblico.

Osservazione e attesa

Quando ci si trova di fronte a convinzioni nuove che, anche se interessanti o “notiziabili”, non sono ancora particolarmente radicate tra il pubblico di destinazione né foriere di comportamenti dannosi, la strategia più efficace sembra consistere nel guardare e

bisogno di sostituire le loro lampadine a incandescenza possono acquistare solo nuove versioni ad alta efficienza energetica, indipendentemente dalle loro convinzioni sui cambiamenti climatici.

aspettare, ossia non intraprendere alcuna azione di comunicazione immediata per dissipare una falsa credenza.

Sebbene siano istintivamente portati verso l'azione, ossia la correzione più tempestiva possibile, i comunicatori rischierebbero in tali casi di amplificare la disinformazione piuttosto che correggerla.

Certamente, esistono dei rischi connessi a tale atteggiamento: la caratteristica di impermeabilità di Internet rispetto al tempo, ad esempio, permette anche a notizie molto vecchie ed astratte dalla realtà originaria di ripresentarsi come nuove in contesti e situazioni completamente differenti.

Gli effetti di viralità, inoltre, sono difficilmente prevedibili portando alla ribalta in tempi brevissimi messaggi che sembravano abbandonati e fuori tendenza.

L'atteggiamento di attesa, quindi, non corrisponde ad inerzia ma, anzi, comporta l'ascolto attivo e il monitoraggio delle modalità con cui le *fake news* si propagano ed eventualmente rischiano di innescare comportamenti dannosi per cambiare rapidamente strategia.

Occorre, inoltre, identificare la modalità utile a indurre le grandi piattaforme dei *social network* a rispettare le leggi sulla privacy: per raggiungere il proprio pubblico, spesso le *fake news* si affidano al *microtargeting*, metodo che permette loro di raggiungere le persone più suscettibili alla manipolazione sfruttando le debolezze e le angosce profonde, i desideri, le ansie, le paure dell'essere umano.

Molti temi legati alle debolezze umane, fra le quali, ad esempio, i bambini, la salute, il sesso, il denaro, il concetto di "diverso", vengono sfruttate nelle campagne di disinformazione e veicolate preferenzialmente a fasce di individui riconosciute come fragili attraverso un meccanismo che premette alle piattaforme di *social media*, in violazione delle norme sulla privacy, di raccogliere informazioni senza il consenso dell'interessato.

L'IMPATTO BIOETICO DELLA DISINFORMAZIONE

Finora il CSB si è volutamente soffermato sugli aspetti tecnici, psico-sociali, sanitari e legali della disinformazione nell'intento di offrire al lettore il quadro più ampio e dettagliato possibile del complesso fenomeno in esame, lasciando ad ognuno la libertà di approfondire i singoli aspetti nel più ampio contesto surriferito.

Da quanto esposto, peraltro, emergono in modo chiaro e prepotente le istanze bioetiche che investono la società attuale in tutti gli ambiti della vita quotidiana e alle quali *in primis* il CSB si era indirizzato.

Quando le *fake news* investono la salute, ad esempio, il primo ad essere violato è **il principio di beneficiabilità** e, ove le notizie inducessero scelte erronee e dannose, verrebbe violato **il principio di non maleficenza**, quel *primum non nocere* che Ippocrate considerava la fonte originaria dell'etica medica.

Chi, poi, a titolo personale ritiene ormai desueti questi ultimi come legati al periodo "paternalistico" della storia della medicina può, peraltro, valutare le conseguenze nefaste delle *fake news* basandosi sul principio "illuminista" per eccellenza che informa la cultura moderna: **il principio di autonomia**.

L'autonomia, espressione di libertà, è tale solo se si basa su una informazione completa, corretta e veritiera, che consenta di esercitare una scelta consapevole, non indirizzata da alcuno, ma basata sul discernimento personale.

Infine, nel momento stesso in cui si viola la beneficiabilità/non maleficenza e l'autonomia, si impedisce l'osservanza del **principio di giustizia**, dando luogo a forme di discriminazione e non equità nell'accesso alle risorse, alle cure.

Nelle sovraesposte questioni riguardanti il vaccino e le scelte alimentari, così come tutto quanto direttamente o indirettamente correlato alla salute, la posizione personale nei confronti della libertà di scelta appare, quindi, viziata alla radice: **se si basa su informazioni distorte, la scelta di non vaccinarsi non può considerarsi libera**.

Tale considerazione afferisce ad un ragionamento meta-etico: se, infatti, il contenuto delle scelte morali presuppone l'equivalenza delle opzioni da scegliere, a rigor di logica, quando poggiasse sulla mancata verità in completa assenza di qualsiasi volontà di affrancamento o giustificazione, nessuna decisione potrebbe certamente definirsi "scelta".

In tale luce, tenuto conto della prioritaria necessità di garantire a tutti la possibilità di operare una scelta sulla più solida base della libertà individuale, appare particolarmente rilevante la responsabilità di chi può e deve intervenire stigmatizzando, combattendo e, ove possibile, eliminando ogni possibile fonte di misinformazione/disinformazione.

Passando, poi, alla disinformazione nei suoi possibili ambiti extra-sanitari, le implicazioni bioetiche dell'utilizzo improprio o, quanto meno, non ben controllato del *web* sono molteplici.

Nel campo dell'autonomia diventa estremamente complesso districarsi nella giungla di Internet se non si hanno strumenti culturali e tecnici adeguati ed appropriati per saper valutare l'attendibilità delle notizie, ma non devono essere sottovalutati neanche i rischi legati ai furti delle identità digitali delle persone che navigano inconsapevoli dei pericoli, forieri di gravi danni nelle relazioni umane ed economiche.

Nel campo della **beneficialità** devono essere migliorati e rafforzati strumenti e strategie atti a garantire un controllo pubblico su affidabilità e credibilità delle notizie diffuse.

In termini di beneficialità e **non maleficenza**, poi, dovrebbero essere approvate norme nazionali ed internazionali e misure tese a proteggere soprattutto le persone meno capaci di difendersi, ma anche l'intera società civile, contro lo sviluppo esponenziale della pervasività e raffinatezza di quanti operano sul *web* per perseguire interessi illeciti di qualsiasi natura.

Il controllo preventivo su notizie ed informazioni diffuse da *social network* e Internet dovrebbe estendersi ben oltre l'autoregolazione dei *network*; d'altra parte, i crescenti interventi delle polizie postali su nuove azioni criminali (pensiamo all'adescamento di minori o al cyber bullismo) hanno evidenziato altri rischi ricollegabili alla manipolazione delle comunicazioni.

Per quanto attiene al tema della **giustizia**, infine, le *fake news* sono da condannare come eticamente inaccettabili, in quanto creano diseguaglianze nella cittadinanza influenzando larghe fasce della popolazione e minandone la capacità di assumere decisioni personali, sociali e politiche in modo appropriato.

Nella sua riflessione su questa tematica estremamente articolata, Il CSB ritiene importante l'applicazione del metodo della bioetica, multidisciplinare e multiculturale, non solo per i casi che richiedano conoscenza del mondo della biologia (ricerca biomedica, medicina, veterinaria, agronomia, agricoltura, psicologia, assistenza nelle sue varie forme, ecc.) ma anche per quelli in cui le conoscenze acquisite dall'umanità, grazie all'applicazione del metodo scientifico, debbano poi divenire patrimonio comune dei cittadini utilizzando gli apporti delle scienze umane e sociali.

In tale ambito, va sottolineato come la scienza, nella sua accezione contemporanea, non abbia la pretesa di veicolare verità assolute ma sia consapevole del fatto che la sua connaturata, rapida evoluzione necessita di condivisione e consenso in costante rimodulazione.

Le riflessioni bioetiche, frutto del metodo interdisciplinare che ne è parte integrante, devono garantire un'adeguata analisi del problema in esame per tutti i possibili portatori di interesse

sulla base della migliore forma di conoscenza disponibile al momento, che potremo perciò definire “verità scientifiche non assolute”.

Alla luce di tutte le conoscenze attuali e delle valutazioni multidisciplinari, in tal modo, il decisore politico potrà affrontare con maggiore consapevolezza l’onere e la responsabilità di deliberare per attuare strategie adeguate.

La democrazia impone che quest’ultimo comunichi in maniera trasparente e comprensibile ogni scelta che non sia vincolata da situazioni di segretezza, perché questa possa essere accolta o sottoposta a giudizio, restando sempre disponibile a effettuare interventi correttivi ove necessario.

Al contrario, le forme di complottismo correlate alla diffusione di *fake news* non appartengono al metodo democratico, poiché si basano su affermazioni apodittiche non dimostrate col metodo scientifico né, tanto meno, con quello argomentativo della bioetica.

Con le *fake news* si verifica, infatti, il paradosso attuato dai sedicenti “agenti del bene”: pronunciare verità assolute che mirano a scalzare affermazioni scientifiche condivise e soggette al rigoroso metodo scientifico di prove e conferme.

L’espressione di opinioni non suffragate da prove monopolizza spesso la discussione, sottraendo spazio a possibili critiche fondate e preziose rivolte al sistema ufficiale, che mal si conciliano con i tempi serrati di contraddittori televisivi indirizzati alla ricerca dell’*audience*: in tale contesto la contrapposizione tra ufficialità e complottismi rischia di sconfinare in una sorta di “patologia della libertà democratica”.

CONCLUSIONI

Il mondo della disinformazione è articolato e difficile da identificare e combattere, perché poggia profondamente le basi sulla psicologia dell'utente per sfruttare le falle nel sistema di difesa di quest'ultimo.

Ci troviamo oggi sulla sottile linea di demarcazione fra una inammissibile e pertanto improponibile limitazione della libertà di espressione da parte di un'"autorità" deputata a decidere quali notizie e credenze siano accettabili e la necessità di aiutare la nostra società a superare un momento di endemica fragilità, garantendo alle persone un ambiente comunicativo in grado di favorire scelte basate su informazioni veritiere.

Tutti hanno diritto ad essere liberi da informazioni false, da interferenze da parte di figure e realtà ostili e da messaggi che, presentandosi spesso come innocui consigli, in realtà possono apportare danno al singolo e alla collettività.

Il CSB non intende limitarsi a stigmatizzare i comportamenti scorretti volontari e biasimare quelli non intenzionali, ma ritiene doveroso indirizzare l'attenzione di tutti anche sulle conseguenze involontarie delle azioni più varie, definibili come "colpevole innocenza"⁷⁵: i soggetti a cui viene fornita la cattiva conoscenza sono vittime e, contemporaneamente, possono cagionare danni a terzi, contribuendo ad amplificare gli effetti attraverso il fenomeno della "ingiustizia epistemica"⁷⁶.

Tali fenomeni di massa, per la pervasività delle loro conseguenze, necessitano di risposte condivise, non solo sul piano morale, per poter rendere consapevoli i cittadini della possibilità che chiunque possa subire o generare un danno, ma anche sul piano normativo, per individuare precise attribuzioni di responsabilità.

La lotta alla disinformazione è e deve essere, quindi, uno sforzo collettivo che coinvolge le istituzioni, gli operatori della comunicazione e i singoli cittadini in un'azione virtuosa, capace di promuovere le fonti autorevoli, di declassare i contenuti falsi o fuorvianti e di rimuovere quelli illegali o che potrebbero provocare danni alla convivenza sociale.

Tale considerazione vale a livello non solo nazionale ma anche internazionale: sin da ora, specialmente nell'ottica dell'attuale gravissima crisi che, attraverso l'Europa dell'Est, sta rischiando una preoccupante globalizzazione, sarebbe quanto mai opportuno che i governi si impegnassero a fondo a evitare la sempre più diffusa disinformazione mirata su beni e servizi pubblici, come ad esempio la salute e l'istruzione, o sulle agenzie delle Nazioni Unite

⁷⁵ L'efficace espressione "colpevole innocenza" è stata utilizzata dal Comitato Bioetico italiano per la Veterinaria nel documento del 2014. Il documento è disponibile al seguente indirizzo:
http://www.comitatobioeticoperlaveterinaria.it/index.php?a=pubblicazioni_e_documenti&s=documenti&lang=it

⁷⁶ L'espressione "ingiustizia epistemica" fu coniata da Miranda Fricker già nel 1998, ma è solo dal 2007 che acquisisce notorietà, grazie al suo libro *Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing* (Oxford, 2007). La Fricker caratterizza i casi di ingiustizia epistemica come quelli in cui un soggetto ha un deficit di credibilità a causa di pregiudizi legati alla propria identità sociale. Pertanto, l'ingiustizia epistemica mina la capacità di un individuo di posizionarsi come produttore di conoscenza nel discorso.

e altre organizzazioni non governative internazionali di grande utilità come la Croce Rossa Internazionale⁷⁷.

In un tale contesto, appare particolarmente a rischio la capacità di discernimento individuale e la coesione sociale necessaria allo sviluppo di una coscienza diffusa del reale, soprattutto per l'egocentrismo che permea l'intera società odierna come diretta conseguenza di un sempre maggiore disinteresse all'approfondimento del pensiero teso alla ricerca della verità assoluta, elemento fondamentale della filosofia.

Quest'ultima, infatti, è espressione della capacità della persona di allenare la mente ad elaborare associazioni senza fretta, con attenzione ai particolari e rispetto dei tempi, con la lentezza necessaria, cioè, a proiettare ognuno nell'infinito e, con quest'ultimo, nella comprensione delle esigenze e motivazioni vitali degli altri, dalla quale soltanto può trarre origine l'etica e, nel nostro caso specifico, la bioetica.

Il CSB ritiene, quindi, che solo la difesa strenua del diritto della persona a conoscere e interpretare il mondo nella storia e nei suoi fattori condizionanti può garantire alla stessa di riacquisire piena coscienza dei limiti del relativismo e dell'egocentrismo finora imperanti ed esprimere al meglio forza vitale, vigore morale e coscienza della propria specificità, come elementi fondanti di un futuro meno "liquido" e socialmente più responsabile.

⁷⁷ Un precedente per una tale comportamento può essere trovato nell'impegno degli Stati Uniti del 2014 a non utilizzare i programmi di vaccinazione come mezzo per la raccolta di informazioni.

RACCOMANDAZIONI

Alla luce delle riflessioni effettuate, nonché della complessità e pervasività dell'argomento, il CSB ritiene di dover fornire agli attori dell'informazione e ai decisori alcuni elementi per intraprendere azioni finalizzate ad arginare il fenomeno della disinformazione e vigilare sulla trasformazione della comunicazione, suggerendo a tutti i soggetti coinvolti:

- rispetto dei principi deontologici e attenzione alle potenziali ricadute sociali delle attività di informazione, con una esortazione all'aggiornamento costante dei codici sulla base dell'evoluzione dei fenomeni comunicativi;
- implementazione della conoscenza del metodo scientifico nella sua costante dinamicità e del meccanismo argomentativo tipico della bioetica a partire dalla formazione scolastica, affinché si rafforzi il principio del "conoscere per deliberare" come valore democratico;
- approcci non apodittici nella divulgazione della moderna ricerca scientifica, come diretta conseguenza del punto precedente;
- sostegno alla divulgazione ufficiale attraverso modalità comprensibili che escludano i contesti mediatici finalizzati all'esclusiva ricerca dell'*audience* piuttosto che alla promozione della conoscenza;
- recupero della contestualizzazione dei contenuti, favorendo un approccio più olistico e integrato nella presentazione delle informazioni;
- promuovere una "alfabetizzazione informatica" per permettere agli individui di comprendere e navigare efficacemente nel mondo digitale, sviluppando competenze critiche e consapevolezza nell'utilizzo delle tecnologie e dei contenuti *online*;
- nella diffusione delle novità tecnologiche, comunicazione del messaggio al presente e alla luce delle conoscenze certe del momento, evitando profezie;
- utilizzo corretto del linguaggio, evitando termini erroneamente usati come sinonimi ma che hanno significati diversi (si veda l'impiego indistinto, durante la pandemia e in seguito, dei termini "vaccino", "siero", "antidoto") e privilegiando, all'occorrenza, la ripetizione di parole in assenza di sinonimi, piuttosto che l'utilizzo di termini che possano ingenerare confusione;
- divulgazione degli sviluppi delle neuroscienze come sapere antropologico, informando sull'esistenza e sugli effetti dei *bias* cognitivi;
- appello ai personaggi pubblici perché procedano con cautela nelle attività mediatiche in caso di scarsa conoscenza specifica degli argomenti trattati, tanto più se di ordine scientifico;
- attenzione particolare alle esigenze delle diverse fasce di popolazione in relazione alle differenti competenze nell'utilizzo delle nuove tecnologie;
- attraverso azioni congiunte tra istituzioni del mondo della cultura e delle parti sociali, sensibilizzazione sul fenomeno delle *fake news* e, in particolare, sulle conseguenze spesso dannose in termini materiali e di impatto sulle scelte fondamentali dei singoli e della società.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

1. Bauman Z, *Modernità liquida*, Roma-Bari, Laterza, 2002
2. Beck U, *La metamorfosi del mondo*, Laterza, Bari-Roma 2017.
3. Beck U, *Risikogesellschaft – Auf dem Weg in eine andere Moderne*, Suhrkamp, Frankfurt a. M. 1986 – Edizione inglese: *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage, 1992, Edizione italiana: *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Carocci, 2000.
4. Bloch M, *Soldati in marcia, Apologie pour l'histoire ou Métier d'historien*, Parigi, Armand Colin, 1949. Apologia della storia o Mestiere di storico, traduzione di Giuseppe Gouthier, Torino, Einaudi, 1950. - Nuova ed. sull'edizione critica del figlio Étienne Bloch, Einaudi, 1998-2009.
5. British Government Communications Center- GCS Behavioural Science Team, *The Wall of Beliefs*, Settembre 2022
6. Bucca R, *Intelligenza artificiale e fake news: gli algoritmi sono i “buoni” o i “cattivi”?* 25.1.2022 <https://www.previti.it/intelligenza-artificiale-e-fake-news-gli-algoritmi-sono-i-buoni-o-i-cattivi>
7. Cabanas E, Illouz E, *Happycracy. Come la scienza della felicità controlla le nostre vite*. Torino, Codice edizioni, 2019.
8. Comitato Bioetico per la Veterinaria, *La colpevole innocenza dei consumatori. La possibilità di incidere sulle produzioni alimentari e quindi sulle vite di milioni di esseri viventi umani e animali*. 2014
9. Comitato Sammarinese di Bioetica, *Bioetica delle catastrofi*, 2017
10. Sciubba Caniglia C, Special Editor dell'Harvard Kennedy School Misinformation Review, *Gruppi di disinformazione in Italia e loro strategie*, IDMO – Italian Digital Media Observatory
11. De Gregorio L, *Comunicazione di crisi. 5 lezioni dall'era Covid-19*, in Campi A, (a cura di), *DOPO Come la pandemia può cambiare la politica, l'economia, la comunicazione e le relazioni internazionali*, Rubbettino Editore, 2020.
12. Del Boca L, *Il maledetto libro di storia che la tua scuola non ti farebbe mai leggere*, Piemme, 2017
13. Deneault A, *Economia dell'odio*. Vicenza, Neri Pozza, 2019.
14. Deneault A, *La mediocrazia*. Vicenza, Neri Pozza, 2017.
15. Di Paolo F, *La comunicazione di crisi delle istituzioni*, in *Lo Stato in Crisi, Pandemia e lezioni per il futuro*, AA.VV., Franco Angeli, Roma, 2021, ISBN 978-88-351-1090-3
16. Di Paolo F, *La Comunicazione di Crisi*, in *Manuale di Relazioni istituzionali*, Stefano Scarcella Prandstraller (a cura di), McGraw Hill, Milano, 2022
17. Di Paolo F, *Pandemia e comunicazione istituzionale*, Omeganews giornale online dell'Osservatorio Mediterraneo di Geopolitica e Antropologia, OMeGA, 17 maggio 2020

18. Di Salvo P, *Come farla finita con le fake news?*, Wired.it, 13 gennaio 2017
<https://www.wired.it/>
19. Eco U, *La società liquida*, L'Espresso, n. 22, 4 giugno 2015.
20. Germani LS, *Disinformazione e manipolazione delle percezioni*, Eurilink University Press, Roma, 2017
21. Girard R, *Mensonge romantique et vérité romanesque* (1961), trad. it. *Struttura e personaggi nel romanzo moderno*, poi come *Menzogna romantica e verità romanzesca*, trad. it di Leonardo Verdi-Vighetti, prefazione di Marco Dotti, con un saggio di Luca Doninelli, Bompiani, Milano 2021 ISBN 8830103055
22. Guess A, Nagler J, Tucker J, *Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook*, Science Advances, 9 Jan 2019, Vol 5, Issue 1
23. Manin B, *Principi del governo rappresentativo*, Il Mulino, 2017
24. Maslow A. (1954) *Motivazione e personalità*. Roma: Armando Editore, 1992.
25. McKinsey Global Institute, *Internet matters: The Net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity*, Report May 2011.
26. Morin E, *intervista dell'Enciclopedia Multimediale delle Scienze Filosofiche*, gennaio 2019
27. Rambaldini F, *Recensione a: Ulrich Beck: La metamorfosi del mondo*, Pandora rivista, 20 giugno 2018,
28. Ruffo G, Tambuscio M, *Capire la diffusione della disinformazione e come contrastarla*, federalismi.it, n. 11/2020.
29. Scarcella Prandstraller S, Di Paolo F, *I servizi specialistici delle PR*, in *Manuale di Relazioni istituzionali*, Stefano Scarcella Prandstraller a cura di, McGraw Hill, Milano, 2022
30. Tranku P, *Lo Stato in Crisi, Pandemia e lezioni per il futuro*, AA.VV., Franco Angeli, Roma, 2021
31. Violante L, *Politica e menzogna*, Einaudi, Torino, 2013
32. William J, Tedeschi P, Marcati A, *Credibilità e Social Media: gli effetti della conoscenza pregressa sul rapporto tra la fonte e il contenuto di un messaggio*, LUISS Dipartimento di Impresa e Management, 2019
33. <https://iris.unito.it/retrieve/handle/2318/1737723/608063/23042020224425.pdf>
34. <https://www.collinsdictionary.com>
35. <https://www.consigliograndeegenerale.sm/on-line/home/in-evidenza-in-home-page/documento17070804.html>
36. <https://www.fnsi.it/upload/9b/9bf31c7ff062936a96d3c8bd1f8f2ff3/8130b7d880458e51696bec74c4f2cc9c.pdf>
37. <https://www.giornalistitalia.it/wp-content/uploads/2017/06/Il-decreto-delegato-sul-Codice-deontologico.pdf>
38. <https://www.hootsuite.com/it/risorse/digital-trends-q3-update> Digital 2022 Global Overview Report
39. <https://www.idmo.it/2021/10/29/scuiba/>

40. <https://www.italiaonline.it/risorse/meta-tag-cosa-sono-e-come-scrivere-l-alfabeto-della-seo-1105>
41. <https://www.liberties.eu/it/stories/misinformazione-vs-disinformazione/4375>
42. <https://www.pandorarivista.it/articoli/metamorfosi-mondo-ulrich-beck/>
43. <https://www.treccani.it>
44. <https://www.youtube.com/watch?v=yXBErlbh>