

GIANNI RIOTTA

UN SOLO ANTIDOTO AL VELENO DELLA RETE: RICOSTRUIRE LA FIDUCIA

Giornalista, editorialista, scrittore, docente e studioso di reti e disinformazione, tanto da essere stato nominato nell'High Level Group europeo contro le fake news e ora alla testa dell'Hub nazionale Italia dell'Edmo, European Digital Media Observatory, direttore del Master di giornalismo digitale e DataLab alla Luiss a Roma. Gianni Riotta, dopo una vita professionale che lo ha portato dal Manifesto al Corriere della Sera e alla Stampa prima di dirigere il Sole24ore e il Tg di Rai1, ha pronta una nuova sfida al mondo dell'informazione e non solo: combattere le fake news, non ribattendo colpo su colpo per ristabilire la verità, ma con un lavoro molto più profondo che punta al cuore del nostro contratto sociale. Bisogna ricostruire la fiducia. Più che un lavoro, una missione.

Disinformazione e sviluppo della rete, sono davvero due fenomeni che vanno a braccetto?

Nel 2008 a Roma ci fu un ciclo di lezioni all'Auditorium e io ne feci una su quello che avevo chiamato 'Il lato oscuro della rete', cioè la disinformazione, la violenza, l'odio che circolavano sul web. La mia tesi era: la rete, che in tanti avevano sperato fosse l'altra parte dei media mainstream, corretta, trasparente, inclusiva, si sta trasformando in luogo di falsità, vendette, odio, livore. Per questo, spiegavo, c'è un vero e proprio lato oscuro del web. Mi piacerebbe dire che questa tesi – che era già chiara a me, ma anche ad altri che studiavano il fenomeno – fosse stata condivisa da molti: purtroppo non era così. Dominava in Italia l'idea che

la rete fosse il luogo in cui tutti erano amici, dove il leone dorme con l'agnello e le fontane trasformano l'acqua in vino e spruzzano latte e miele. Un errore, un'ingenuità da sindrome di Pollyanna: c'era cioè la tendenza a dimenticare quanto di brutto e di spiacevole si trovava già in rete e a sopravvalutare l'idea di una libertà di espressione che non aveva ragione di essere. Oggi è finalmente chiaro a tutti che la disinformazione è uno dei temi centrali del XXI secolo, che è un tema politico, non solo mediatico. Naturalmente la disinformazione c'è sempre stata, la rete ne è soltanto un mezzo di espansione virale.

Da giornalista, qual è stata la prima fake news che ha 'incontrato'?

Nel 1978 facevo il reporter sul caso Moro al Manifesto: allora ci fu il famoso falso del comunicato delle BR in cui si diceva che Moro era stato ucciso e il cadavere si trovava nel Lago della Duchessa, in Abruzzo. Era opera, si scoprì poi, del falsario della banda della Magliana Toni Chichiarelli. Quella era una fake news, il comunicato era un tentativo di depistaggio. Ma qual è la differenza tra questo episodio e i messaggi del presidente Donald Trump di questi ultimi anni? Il falso del caso Moro lo avevano preparato chiedendo aiuto ad un falsario, poi lo hanno fatto trovare all'agenzia Ansa e l'hanno diffuso attraverso i giornali. Questo è sempre accaduto. Oggi invece il falso ti arriva direttamente sul telefonino con un account di copertura che invade la rete, non attraverso il filtro delle agenzie di stampa.

Le fake news in rete si diffondono anche 'in chiaro', con account veri come ha fatto per anni l'ex presidente degli Stati Uniti Donald Trump, prima di essere bandito dalle principali piattaforme social. Un tempo tra la disinformazione e il pubblico c'era in mezzo il giornalismo, che magari pren-

deva un abbaglio ma poi cercava di capire e di scavare. Ora non c'è più intermediazione.

Le fake news sono sempre esistite. Come dico ai miei studenti a Princeton e Luiss, il Cavallo di Troia è una classica fake news, perché se i greci avessero lasciato il cavallo senza dire niente ai troiani, nessuno lo avrebbe mai preso e portato in città. Lo avrebbero bruciato mentre invece, racconta Omero, c'è il finto disertore, il greco Sinone, che spiega che si tratta di un dono degli Achei. È quella la fake news che genera tutta la storia. Esce il povero Laocoonte ed avverte i troiani, «è un inganno!», ma loro non gli credono. La dea Atena lo fa circondare dai serpenti marini che lo strangolano. Capita a chi si oppone alla disinformazione.

Non solo le fake news sono sempre esistite, ma ci abbiamo anche sempre creduto.

La differenza oggi, come le dicevo, è la capillarità: prendiamo i protocolli dei Savi di Sion, per citare un classico della storia della disinformazione russa e poi sovietica, che erano opera della Ochrana, la polizia segreta zarista per diffondere l'odio contro gli ebrei nell'impero di Mosca. Prima li hanno pubblicati, poi li hanno fatti girare, ma c'è voluto tempo, non è che istantaneamente ti arrivavano sul telefonino. Come racconta Thomas Rid nel suo libro *Active Measures*, ora in traduzione da noi alla Luiss University Press, i russi, che sono stati sempre i maestri della disinformazione dallo zar a Putin, prendevano dei documenti veri – che avevano rubato agli americani –, anche banali, ci inserivano una cosa falsa e poi li facevano ritrovare e circolare, ottenendo un effetto efficace. Pensa al falso diario del generale cileno Carlos Prats, ufficiale leale al presidente Allende contro il golpe di Pinochet nel 1973: mano sovietica per inquinare una nobile causa.

Sta dicendo che la vera pericolosità delle fake news è che temiamo possano essere vere, che non sappiamo più che cosa è il vero e il falso?

Quando Mark Zuckerberg, durante un'audizione al Congresso americano, ha affermato che meno dell'uno per cento dei contenuti di Facebook è falso, ha detto contemporaneamente due cose inesatte: la prima è che il 'non vero' è più dell'1 per cento. La seconda, mettiamola così: se un amico mi porta una scatola di 100 cioccolatini e mi dice che un solo bonbon è al curaro, se lo mangi muori, ma gli altri 99 sono buonissimi, che cosa faccio, da persona di buon senso? Butto via la scatola, la distruggo perché nessun altro la trovi. Dunque, che il falso sia l'uno o il 10 per cento non cambia molto: il problema è che mette a rischio l'intero sistema. C'è una famosa formula della logica scolastica medievale che dice, nella categoria della verità: «*Ex falso sequitur quodlibet*», cioè da una premessa falsa puoi far scaturire quello che vuoi.

Se in un discorso, in un documento c'è un falso (un cioccolatino al curaro) può seguire di tutto e l'intera verità è compromessa.

Quello che non hanno ancora capito tanti giornalisti ed 'esperti' della rete, è che il problema della disinformazione e della diffusione delle fake news non è che ti deve persuadere che il vaccino fa male, o che la pizza scateni la calvizie o che, come dice Gunter Pauli, il 5G fa venire il Covid-19. Basta che ti faccia dubitare di tutto e il danno è già enorme. Perché il tema delle fake news è quello della fiducia. Anche i giornali potevano pubblicare una fake news, poi altri la correggevano. Il tema non è questo. Tutti i giornali potevano dare qualche fake news: l'Unità diceva che in Urss si viveva benissimo; il Corriere sino agli anni Settanta parlava di «squallidi ambienti omosessuali»; Repubblica riteneva false le lettere di Moro

dalla prigione Br, ognuno dei giornali aveva angoli ciechi in cui diceva, spesso sapendolo, il falso. Ma i giornali godevano di un 'trust'. C'erano milioni di persone che credevano al Corriere, all'Unità», alla Gazzetta dello Sport, al New York Times, a Le Monde. Ora non più.

Ed erano complessivamente affidabili, magari ideologici ma i fatti c'erano.

Soprattutto i giornali contribuivano a confermare la tua identità: eri comunista e l'Unità confermava la tua identità; eri un signore del ceto medio e leggevi il Corriere, eri cattolico leggevi Famiglia Cristiana di don Zega. Ogni giornale contribuiva a creare un'identità e faceva sì che ci fosse una fiducia tra la comunità che li leggeva e i giornali stessi. Mia nonna diceva: è vero perché l'ho letto sul giornale, l'ho visto in tv. Lei, come i lettori in generale, tendeva a fidarsi, credeva a quella comunità.

Questo modello è andato in crisi con la fine delle certezze ideologiche e l'arrivo del web, fenomeni che si sono sviluppati in contemporanea.

Direi molto prima. Il picco di diffusione dei giornali americani si è avuto, secondo i miei dati, nel 1974, anno del Watergate, che ha rappresentato il punto più alto del giornalismo internazionale che costringe alle dimissioni il presidente corrotto degli Stati Uniti. Secondo i dati di Hal Varian, capo economista di Google, il picco è stato addirittura prima, nel 1972. Questo per dire che la crisi ha radici molto più antiche, non deriva dal web. L'idea che sia colpa del web non è corretta. Così com'è sbagliato confondere una fake news con un errore, fattuale o di opinione. Esempio: io penso che il vaccino che vendono in Italia sia Pfizer, invece è Moderna. Oppure: io penso che il vaccino Moderna sia superiore al Pfizer. Queste non sono fake news, sono errori fattuali

o di opinione che si possono sempre correggere dicendo: ho scritto questo, è inesatto, mi scuso... pensavo questo, sbagliavo.

Anche se la smentita è sempre poco efficace e visibile, e il danno è fatto.

Sì, ma la fake news è un'altra cosa. Non è dire il falso o pensarlo: questo lo facciamo tutti cento volte al giorno. È sedersi al tavolino e dire: adesso confeziono una notizia che so falsa, allo scopo di seminare rancore e sfiducia in quella comunità. Quindi studio quella comunità e le credenze di quella comunità, studio i punti di rottura di quella comunità poi a tavolino elaboro qualcosa che si agganci bene a quella comunità, guardo quali sono i luoghi dove quella comunità si riunisce – Google, Facebook, TikTok, Twitter – e vado lì a portare la mia notizia falsa. È su questo meccanismo che dobbiamo agire: qualche studioso, in Italia soltanto direi, si ostina a studiare invece le fake news come se fossero la gravitazione universale. Quando studiamo l'universo non ci illudiamo di cambiare lo spazio o le leggi della fisica: l'universo lo studiamo per capire cos'è e come funziona, non per cambiarlo. In troppi utilizzano questo approccio anche nei confronti dell'analisi delle fake news. E in questo caso è sbagliato.

Ricapitoliamo: che cosa serve per confezionare una fake news? Il dolo, innanzitutto.

Ci vogliono due cose: il dolo e la scala, altrimenti è un incidente di percorso. Se un ragazzo scrive nella chat degli amici che pioverà il giorno della gita scolastica e rovina il weekend a tutti, è uno scherzo. Se un giornale dice che il giorno della festa del paese pioverà e manda un messaggio per tenere tutti tappati in casa, perché vuole che nessuno esca per le strade, è un'altra cosa. Serve la capacità

di diffusione di massa, ci vogliono i russi e ci vuole Facebook. Dmitri Alperovitch, uno dei grandi studiosi di fake news, dice: non esiste un problema di informazione online, esiste un problema di Russia, di Cina, di Iran e di Corea del Nord. La disinformazione viene diffusa da grandi centrali. Studiarla senza espungerla, senza lavorare ad espungerla, non ti porta niente. La disinformazione è un problema politico e va risolto con misure politiche.

Quali misure si dovrebbero e potrebbero adottare?

Io sono un moderato per natura e lo ero anche nel mio approccio al problema delle fake news, ma nel tempo ho radicalizzato le mie posizioni. Verità e falsità sono state oggetto dei miei interessi dai tempi dell'università, quando mi sono laureato in Logica formale, con una tesi sul concetto di verità nei linguaggi formalizzati. Poi, anni dopo, alla Columbia University, ho lavorato ad una tesi sulla difesa della privacy e dell'identità dei cittadini dall'uso sempre più invasivo delle piattaforme e dell'intelligenza artificiale.

Pionieristico, allora eravamo tutti immersi nella carta stampata e il dibattito era sulla bontà della tv.

Sì, i temi che studiavo erano giusti, ma focalizzati sul fatto che i cittadini difendessero la propria identità e la privacy dalle burocrazie statali, dai big business, dagli apparati lobbistici che volevano strappare loro i dati personali, mentre invece i cittadini, negli anni successivi, hanno buttato gratis i loro dati e i grandi gruppi li hanno assorbiti. Dunque, il tema era giusto, ma il processo che avevamo intravisto è stato invertito. Anche lavorando con la Commissione europea su fake news e disinformazione e ora guidando lo Hub nazionale dello European Digital Media Observatory, sono sempre stato tra i moderati, senza schierarmi tra i rappresentanti delle piattaforme e dei social media e i blogger

luddisti. Oggi invece penso che le piattaforme abbiano delle responsabilità crescenti: non hanno fatto nulla per darci accesso allo studio dei dati, per permettere agli studiosi di analizzarli. Ha fatto qualcosa Twitter, forse Google, molto poco Facebook.

A proposito delle piattaforme, hanno reagito contro il presidente degli Stati Uniti cancellando, dopo l'assalto a Capitol Hill nel gennaio 2021, il suo account. È stata una misura utile?

Certamente. In Italia si è fatto un gran parlare di censura, ma è termine fuori luogo. Al presidente non è stata tolta la parola – aveva sempre tanti forum a disposizione e tutte le tv e i giornali e le radio –, è stato solo interrotto un canale privato che Trump usava per diffondere fatti falsi.

In generale che cosa si può fare e che cosa non è invece utile di fronte ad un fenomeno che ha ormai mostrato a tutti la sua gravità?

L'unico modo per ribaltare le fake news è ricostruire la fiducia nelle comunità. Questo sarà il mio lavoro, da ora in poi. Mi voglio dedicare al *rebuilding trust*, ricostruire la fiducia. È un lavoro lungo, non semplice. In verità mi fa un po' ridere che, arrivato alla mia età, proprio io debba compiere quest'opera che ho sempre considerato una missione da preti, cardinali, profeti, filosofi, educatori sociali, da reverendo Martin Luther King, da volontari. Noi giornalisti, da giovani, imparavamo che bisognava seminare dubbi, non credere all'industria farmaceutica o al primo ministro. Il nostro mestiere era andare a guardare dietro l'angolo, se c'era qualcosa che non funzionava. Mentre adesso, per tutti, si pone il tema contrario perché quello che era utile quando l'opinione pubblica era coesa – cioè seminare dubbi e scetticismo –, ora che è frantumata si trasforma in caco-

fonia della sfiducia e manda un messaggio che rischia di aumentare la disinformazione. Un esempio che trovo significativo del momento che viviamo è il rapporto sulla disinformazione contro Papa Francesco pubblicato di recente: si è visto che il 95 per cento degli account social che in Italia diffonde disinformazione contro il Pontefice è di area cattolica. Si tratta di preti, di associazioni, di parrocchie e di giornalisti di area conservatrice. La critica resta cruciale, ma senza consenso e valori condivisi degradiamo tutti in una cacofonia corrosiva.

In questo scenario, quanto conta ancora l'opinione pubblica? O ormai ognuno ha la sua verità?

L'opinione pubblica esiste ancora, ma mentre il Novecento è stato il secolo della massa – la cultura di massa, i mass media, la produzione di massa –, adesso si è passati ad un'epoca personal. Vuol dire che non ci sono più conservatori e liberal, ma ognuno ha molte identità: uno può essere conservatore sui valori ma liberal sui temi fiscali; liberal sui temi sessuali ma conservatore sul fisco; cattolico ma che ce l'ha con il Papa; laico ma attento ai messaggi di questo Pontefice. Di cattolici che ce l'avevano col Papa, dopo la Riforma, ce n'erano di solito pochi: se eri cattolico, nell'Ottocento, non te la prendevi col Papa. Quando io scrivevo editoriali sul Corriere della Sera, c'erano centinaia di migliaia di persone che si identificavano con l'editoriale del giornale, perché esisteva tra gli editorialisti del Corriere e i lettori una comunità. Lo stesso valeva per Scalfari e Scardocchia a Repubblica, per Bobbio e Galante Garrone alla Stampa, per Montanelli e Frane Barbieri al Giornale, per Castellina e Rossanda al Manifesto. Questo non c'è più: siamo un pubblico di individui che fatica a riconoscersi nella massa. E dunque, oggi la gente vuole un'informazione rilevante per la propria vita. Perché i giornali hanno un così forte gap di credibilità? Per-

ché il training dei giornalisti della carta stampata non è mai stato occuparsi delle cose che sono rilevanti per il lettore. Vi ricorderete il famoso saggio di Enzo Forcella, *Millecinquecento lettori*, che sosteneva, a ragione, che l'unica cosa che conta per i giornalisti italiani sono millecinquecento lettori, ministri, deputati, Confindustria, il clero... Questo vezzo esisteva perfino per il partito comunista. Quando ero giovane, al Manifesto, il caporedattore Michele Melillo, che era stato prima caporedattore dell'Unità, mi raccontava che i colleghi, alle 5 del mattino, chiuso il giornale, andavano nelle edicole, compravano il Corriere della Sera, il Tempo, il Messaggero, tutti giornali allora popolari. Vedevano tutti i 'buchi' che avevano preso, le notizie mancate, correggevano i refusi facevano un'edizione dell'Unità perfetta. Ne tiravano 500 copie e la distribuivano a Botteghe Oscure: era un fake giornale. I dirigenti comunisti più scaltri, come Giancarlo Pajetta, compravano il giornale in edicola per vedere la vera Unità, l'altro lo buttavano via.

Ricostruire la fiducia come il rimedio alla crisi della disinformazione. Fiducia in che cosa?

Su questo non ho dubbio alcuno: fiducia nei fatti, nella verità, nel concetto di verità più antico della filosofia occidentale, quello della Metafisica di Aristotele: dire di ciò che è, che è, e di ciò che non è, che non è, è vero. Dire di ciò che è, che non è, e di ciò che non è, che è, è falso. Ugo Stille, che mi assunse al Corriere della Sera, mi diceva sempre: guarda i fatti, *face facts*. Ecco, questo è il punto centrale.

Come si fa a dire cosa è un fatto e cosa non lo è, quando siamo sottoposti ad un vero e proprio incontrollabile bombardamento di notizie?

Ricostruire la fiducia significa essere d'accordo che tra l'epidemiologo di Harvard e mio cugino in quarantena che

cita siti letti sul web, c'è differenza. Questa differenza non è virtuale. Questa differenza fa sì che tu possa vivere o morire, arricchirti o impoverirti, prosperare o arretrare. C'è una stupenda frase, attribuita allo scomparso senatore americano Daniel Patrick Moynihan: «La Costituzione ti dà diritto alle tue opinioni, non ti dà diritto ai tuoi fatti». Che cosa è successo, invece, in questi quarant'anni nelle università americane, italiane e francesi? Che la filosofia relativistica dei postmoderni – che in Francia e America è rappresentata da Jacques Derrida, da noi dal vecchio 'pensiero debole' – ci dice che la Storia è narrativa – è famosa la battuta di Richard Rorty: «non mi rompete le scatole con la realtà» –, che non c'è una realtà oggettiva, esiste una narrativa e la tua narrativa è legittima come la mia. Questo scetticismo, finché si trovava nei laboratori di Harvard, Yale e Princeton, era un esercizio divertente e interessante. Quando è diventato pensiero dominante, si è trasformato in problema, ed ecco perché un sociologo di rango come Bruno Latour, per esempio, ha cominciato a pentirsi. Perché si degenera nel disincanto cinico, che è poi la tradizione peggiore del giornalismo italiano, da Leo Longanesi a Mino Maccari, a Giovanni Ansaldo. Si autodefiniscono gli 'apoti', quelli che non la bevono ma in realtà sono provinciali acidi, e i loro nipoti li trovi ancora in prima pagina.

Il dubbio e lo scetticismo sono cause del cedimento alle fake news?

Aderire ai fatti vuol dire aderire alla realtà ed è discriminante tra cedere il campo alle fake news o no. Ricostruire la fiducia significa spiegare nuovamente che il vero è diverso dal falso, che il vero è migliore del falso, che Trump è costato centinaia di migliaia di morti al suo Paese e la Merkel ha ridotto le vittime in Germania, che se prendi il virus ti ammali, che se non lo prendi non ti ammali. Bisogna torna-

re con più coraggio a difendere questo modo di pensare: il cedimento alle fake news è una diaspora delle comunità e ci si batte contro le fake news rimettendo insieme le comunità. Se non facciamo questo, non c'è soluzione.

Smontare le fake news una per una non serve?

Al debunking credo fino a un certo punto, e anche l'utilità del fact checking per combattere le fake news non è infinita: il Washington Post ha contato oltre 30 mila bugie di Trump, il New York Times 27 mila; ci sono siti di debunking che smascherano tutte le sue bugie, una dopo l'altra. Ma il 3 novembre 2020, 73 milioni di elettori americani hanno votato Trump, record storico per un candidato repubblicano. Nella stragrande maggioranza delle elezioni americane sarebbe stato sufficiente per essere eletto. C'è voluta una grande prova del democratico Joe Biden – 80 milioni di voti – per batterlo. Tutti i 73 milioni credono a ogni frase di Trump? Non pensano che Trump menta? Il tema è che la gente non vota solo per la verità. Gli elettori repubblicani aderiscono a interessi, – 'mi ha abrogato la legge di successione, ha abbassato le tasse...' – e poi a una filosofia di culture e identità. Sapere che un leader ha detto una cosa falsa non basta a squalificarlo. La gente vuole credere comunque a una condivisione di interessi e valori.

Al pifferaio? C'è voglia di uomini forti, di dittatori? Di semplificare le decisioni?

Sapere che una cosa è falsa, se tu non credi alla fonte del debunking, non serve assolutamente a nulla. Possiamo pagare un sacco di fact checker, ma chi è complottista continuerà a credere ai complotti e infatti ancora nella primavera del 2021 la stragrande maggioranza degli elettori repubblicani Usa credeva che Biden avesse vinto solo grazie a brogli. Per questo ritengo che sia necessario lavorare in un modo

diverso. Ricostruire la fiducia significa capire non che esistono solo il dottor Anthony Fauci o Mario Ricciardi e contro di loro, sullo stesso piano, il complottista che non si fa vaccinare e che con chiacchiere da bar ti spiega cosa fare.

Le fake news arrivano da grandi centrali come Russia e Cina. Ma negli ultimi anni sono state create anche dall'allora presidente di quella che consideriamo la più grande democrazia del Pianeta, Donald Trump, direttamente e senza intermediazioni. È un'altra evoluzione della disinformazione?

Qual è il salto di gamma che hanno avuto le fake news nel 2020 ma che durerà anche nei prossimi anni? Che non ho più bisogno che la mia fake news venga diffusa capillarmente da tutti i siti, i luoghi della rete. La faccio dire al presidente degli Stati Uniti e i giornali se ne devono occupare. Questo sarà il modo in cui le fake news verranno diffuse. Trump è stato l'icona di questo processo, il suo rapporto con la verità è davvero da filosofo della filosofia postmoderna di Yale: io sono il presidente e creo una narrativa dei miei fatti. Bisogna continuare a dire che quello che dice Trump non è vero, non corrisponde ai fatti. Ricostruire la fiducia vuol dire tornare a lavorare sulla verità, sulla realtà. Negli Usa il 3 novembre e i giorni successivi è successo questo: ad un certo punto si è fatta una verifica della realtà. Il sabato in cui i giornali hanno proclamato Biden vincitore e la gente è andata in piazza – non era mai successo, neppure con Obama –, era una festa di piazza, l'Italia che vince il mondiale. Le comunità hanno funzionato, gli scrutatori hanno scrutinato, i certificatori hanno certificato.

E poi c'è stato l'ultimo assalto a Capitol Hill.

Ricordiamo l'attacco al Pentagono e alle Torri Gemelle l'undici settembre del 2001, giusto venti anni or sono? Bene,

tutte le immagini che documentano quei giorni tragici vengono da fotografi e reporter, o cameramen professionali, non una da gente comune. Le scene dell'assalto dei terroristi nazionalisti al Congresso, nel giorno dell'Epifania 2021, sono state invece, minuto per minuto, documentate da ore ed ore di video, selfie, audio di poliziotti, giornalisti, dimostranti. Sappiamo tutto, eppure la narrativa è divisa più che mai. La militante di QAnon uccisa da un agente è ripresa da un video ottenuto dal Washington Post: la si vede saltare per passare oltre un vetro infranto e correre verso le aule dei parlamentari, cadendo subito colpita. Bene, per chi è favorevole al raid è una martire, per i democratici una pericolosa terrorista. Stesse immagini, due narrative opposte: ecco dove la disinformazione si radica e incista. Da lì dovremo espungerla e non sarà facile.