

“La questione è che i giornali non sono fatti per diffondere
ma per coprire le notizie.”

(Umberto Eco, *Numero Zero*, Bompiani, Milano 2015)



Questo volume è integralmente disponibile online
a libero accesso nell'archivio digitale Openstarts, al link:
<https://www.openstarts.units.it/handle/10077/22353>

impaginazione
Elisa Widmar

© Copyright 2018 EUT

EUT Edizioni Università di Trieste
via Weiss 21, 34128 Trieste
eut@units.it
<http://eut.units.it>
<https://www.facebook.com/EUTEdizioniUniversitaTrieste>

Proprietà letteraria riservata.
I diritti di traduzione, memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento totale e parziale
di questa pubblicazione, con qualsiasi mezzo
(compresi i microfilm, le fotocopie e altro)
sono riservati per tutti i paesi.

ISBN 978-88-8303-987-4 (print)
ISBN 978-88-8303-988-1 (online)

Alice Lokar

Stefano Ondelli

Fabio Romanini

Elia Silvestro

**Credibile ma falso
Come riconoscere
le fake news
(quasi senza leggerle)**

sommario

11	1. Perché diciamo “fake news” e non “notizie false”? Stefano Ondelli	22	2.1. Piccolo vademecum per ‘sbufalare’ una notizia falsa
11	1.1. Un’occhiata ai dizionari	22	2.1.1. Manteniamo le distanze
14	1.2. Le fake news sono divulgate su internet	23	2.1.2. Argomenti forti, contenuti deboli
15	1.3. Le fake news sono notizie false che si spacciano per notizie vere	23	2.1.3. Errori e orrori
18	1.4. Contenuti, intenzioni, forma	24	2.1.4. Parla come mangi (prima parte)
21	2. Parole e numeri: la linguistica dei corpora come metodo per individuare le bufale Elia Silvestro	25	2.2. Provare per credere: l’analisi quantitativa degli articoli
		25	2.2.1. I numeri e le bufale
		27	2.2.2. I corpora
		29	2.2.3. Gli strumenti

31	2.2.4. I campi semantici	50	3.2.2. Noi vs. loro
32	2.2.5. Attualità e atemporalità	52	3.2.3. L'accentuazione dell'espressività
34	2.2.6. Facile o difficile? Creativo!	54	3.2.4. Detto e non detto
36	2.2.7. Parla come mangi (seconda parte)	57	3.2.5. Mezze verità
37	2.3. Un approccio quali-quantitativo: i titoli	60	3.3. Riassumendo
38	2.3.1. Caratteristiche fondamentali	63	4. Cane morde uomo: un esempio di analisi Alice Lokar Elia Silvestro
39	2.3.2. Ortografia e punteggiatura: niente penna rossa!	69	5. Come difendersi dalle fake news Fabio Romanini
40	2.3.3. Allusioni e clickbait: notizie o pubblicità?	69	5.1 Fake news o post-verità?
40	2.3.4. Il lessico: è ufficiale, ma anche pazzesco	71	5.2 Disinformazione e "diritti aletici"
43	3. Smascheriamo le fake news imparando a leggerle Alice Lokar	72	5.3. Fake news, verifica dei fatti, camera dell'eco
43	3.1. Prima di leggere	75	5.4. La lotta contro le fake news: dai "decaloghi" ai "blastatori"
45	3.1.1. Siti fotocopia	78	5.5 Dalla politica alla filologia
46	3.1.2. Titoli sensazionalistici	81	Bibliografia ragionata
47	3.1.3. Ehi tu! Sì, proprio tu!	81	Capitolo 1
48	3.2. Leggiamo il testo	84	Capitolo 2
48	3.2.1. Sempre la stessa storia	86	Capitolo 3
		88	Capitolo 5

5. Come difendersi dalle fake news

Fabio Romanini

5.1 Fake news o post-verità?

Il lettore che abbia percorso con attenzione e interesse l'analisi proposta da Elia Silvestro e Alice Lokar avrà notato come lo “smontaggio” di una notizia, o la verifica di alcune sue caratteristiche, possa consentire di valutarne l'attendibilità. Il fenomeno delle fake news ha meritato l'attenzione dei linguisti, dei sociologi e dei politologi soprattutto dalla fine del 2016: si è recentemente diffusa la consapevolezza che l'informazione sul web sia contaminata da fonti non controllate, che ovviamente non trovano spazio sui canali ufficiali, ma si servono di siti non giornalistici e dei social network per raggiungere gli utenti della rete: fake news è stata la “parola dell'anno” per il *Collins Dictionary* del 2017, con un incremento del 365% di occorrenze nei corpora usati per il dizionario rispetto all'anno precedente.

Sia per il *Dizionario Treccani* (la voce “fake news” è datata 2017), sia per lo *Zingarelli* 2019, la locuzione si lega alla rete: “notizie false, con particolare riferimento a quelle diffuse mediante la Rete” per il primo; per l'altro, invece, sotto l'entrata *fake* si legge: “in Internet, detto di sito, documento o notizia falsi, contraffatti || nella loc. sost. f. inv. *fake news*, notizia falsa, inattendibile, diffusa spec. via

Internet". Se infatti per la carta stampata si ritiene del tutto ovvio che testate come *Corriere della Sera* o *la Repubblica* – per citare due tra le più diffuse – offrano contenuti garantiti e riflessioni sugli eventi firmate da chi esprime tali opinioni (diversamente, ad esempio, dalla stampa a diffusione gratuita), così per il web esistono fonti più e meno autorevoli. Al di fuori dei siti dei quotidiani di informazione, in particolare, si trovano nei casi migliori notizie brevi, provenienti da agenzie di stampa e non firmate, che vengono riprese con un semplice copia-e-incolla, ma accompagnate da un titolo espressivo, che ha il compito di “catturare” l’attenzione del lettore. Da questi brevi “pezzi” anonimi, senza responsabilità d’autore, si passa facilmente a notizie con un nucleo di verità ma poi “ampliate” con intenzione maligna (è un atteggiamento che riconosciamo in noi stessi, quando riferiamo – assai più innocentemente, certo – un evento che ci è capitato, ingigantendone però i particolari o facendo risaltare nella vicenda meriti che non abbiamo), fino alla vera e propria “creazione” di notizie. Dai testi informativi si sconfinano facilmente nella modalità narrativa (lo ha spiegato Alice Lokar, parlando della qualità espressiva delle fake news).

Ma la definizione data dai dizionari non è soddisfacente perché è molto generica. Può accadere, anzi, che all’etichetta di “fake news” si associno concetti simili, ma non esattamente sovrapponibili. Per esempio, quello di *post-verità*, che secondo il *Vocabolario Treccani* è “argomentazione, caratterizzata da un forte appello all’emotività, che basandosi su credenze diffuse e non su fatti verificati tende a essere accettata come veritiera, influenzando l’opinione pubblica” (voce datata 2017). Per lo *Zingarelli* 2019 la post-verità è il “fenomeno per cui nella discussione pubblica si affermano e si diffondono false verità, amplificate dalla rete, nelle quali la ricerca dell’effetto mediatico, l’emotività e le opinioni soggettive, prive di rigorose verifiche, prevalgono sui dati obiettivi”. Questa parola, che proviene dall’inglese americano e si riferiva in origine alla propaganda relativa alla guerra in Iraq (o già a conflitti degli anni Novanta del secolo scorso), ha avuto fortuna in Italia a partire dalla fine del 2016: ha una connotazione fortemente negativa e soprattutto, fin dalla definizione che ne dà *Treccani*, fa leva sulle emozioni e sulla *communis opinio*, che è altra cosa dai fatti verificati. In una riflessione comparsa su *L’Espresso*, Bernardo Valli afferma che la post-verità sta alla democrazia come la propaganda sta al regime: è insomma una verità affidata agli umori che denuncia una possibile fragilità

del sistema democratico, inquinato da una informazione scorretta. Ciò che è più grave è che la post-verità è conseguenza del timore che la verità ufficiale non sia affidabile. Valli riprende infine un pensiero di Hannah Arendt, secondo la quale il dibattito democratico deve riguardare i fatti, perché solo i fatti garantiscono l'informazione. Benché il contenuto di questa affermazione possa sembrare abbastanza ovvio, si deve riflettere sul fatto che con la produzione di fake news si invoca piuttosto il consenso di un gruppo (e non, appunto, i fatti) per garantire la correttezza del giudizio, la verità di una affermazione, l'autenticità del sapere proposto: la formulazione è di Paolo Labinaz e Marina Sbisà, ed è contenuta in un saggio sulla credibilità delle notizie rintracciabili in rete. Si potrebbe anche aggiungere che è fuorviante la costruzione morfologica della parola, perché presuppone che sia esistita una fase di "verità" precedente a quella di "post-verità", mentre l'uso di testi ingannevoli è probabilmente antico quanto la storia dell'uomo: basta pensare al tranello di Ulisse, che finge di chiamarsi "Nessuno" per aggirare Polifemo.

5.2 Disinformazione e "diritti aletici"

Oppure, fake news è talvolta avvicinata al significato di *disinformazione*, cioè, nella definizione che ne dà *Treccani*, "diffusione intenzionale di notizie o informazioni inesatte o distorte allo scopo di influenzare le azioni e le scelte di qualcuno (per es., dei propri avversari politici, dei propri nemici in un conflitto bellico, e sim.)". Per lo *Zingarelli* 2019 essa è "informazione errata o fuorviante diffusa intenzionalmente per influenzare l'opinione pubblica" (però come seconda accezione). Rispetto a "post-verità", che in italiano ha vita più recente e non si associa a conflitti politici o militari (diversamente dal suo equivalente americano), "disinformazione" sembra assumere, secondo i lessici, un'accezione più propriamente politica, che potrebbe derivarle dai tempi della guerra fredda, forse come calco di *dezinformatsija* (una politica iniziata nell'Unione Sovietica degli anni '20 con la creazione di strutture dedicate a operazioni di *intelligence*). In italiano, la parola compare almeno all'inizio degli anni Ottanta del Novecento. Ma entrambi questi concetti sono parte della storia umana: un esempio di *post-verità* è la caccia alle streghe della prima era moderna; uno di *disinformazione* è il trucco usato da Eumene di Cardia, che per ritardare l'attacco del nemico Antigono fa accendere fuochi notturni a una

piccola avanguardia. Così facendo, Antigono crede che Eumene sia preparato contro il suo attacco a sorpresa e decide di rimandare l'assalto a quando il suo esercito sarà più completo (così nel racconto di Cornelio Nepote). E la celebre *Donazione di Costantino*, creata ad arte durante il Medioevo per avvalorare il potere temporale della Chiesa di Roma, sarà post-verità o disinformazione? Non è questa la sede opportuna per riflettere diffusamente sul concetto politico di verità, e sulla diversità di posizioni tra chi ritiene che la menzogna, per certi aspetti della vita di uno stato, sia un "male necessario" e chi invece ritiene che ogni comunità debba disporre comunque della verità accertata.

Vorrei almeno evidenziare l'opportunità di riferirsi a "diritti aletici" (questa espressione, usata da Franca D'Agostini in un saggio uscito sulla rivista *Biblioteca della libertà*, in logica si riferisce al valore di verità di un'affermazione). Essi comprendono il diritto di essere informati in modo veridico, il diritto di essere nelle condizioni di giudicare e cercare la verità, il diritto di essere riconosciuti come fonti affidabili di verità, il diritto di disporre di autorità affidabili (e dunque di poterne giudicare il valore epistemico), il diritto di vivere in una società che favorisca e salvaguardi l'acquisizione della verità, il diritto di vivere in una società e in una cultura che riconoscano l'importanza della verità per la vita privata e pubblica. Mi pare che tutti questi sei punti siano chiamati in causa nella messa a fuoco del problema delle fake news, cioè nella diffusione abbondante di informazioni fasulle: gli individui che operano in buona fede cercano una presunta "verità nascosta" diversa da quella ufficiale, proprio perché avvertono questi diritti come calpestati dall'autorità che governa, e all'opposto coloro che diffondono consapevolmente notizie false sfruttano il principio di autorità per accreditarsi come fonti affidabili. Ecco dunque perché il problema della ricerca delle fonti – ritornerò su questo aspetto per concludere – è il discrimine fondamentale in una società in cui, malgrado la diffusione massiccia delle fake news, i diritti aletici *non* sono messi in discussione.

5.3. Fake news, verifica dei fatti, camera dell'eco

Rispetto ai suoi apparenti equivalenti di post-verità e disinformazione, dunque, la fake news, che i lessici collegano sempre alla rete, ha una storia recentissima: non possiede una profondità storica e non è associata a eventi precisi. Ciò che questo libro ha ten-

tato di dimostrare, però, è che sia non solo un fenomeno diverso, ma una vera e propria tipologia testuale. Ai tempi di Facebook e dei social network, insomma, la fake news sembra un oggetto dotato di caratteristiche proprie e prevedibili: una lunghezza più o meno predefinita (ne parla qui Elia Silvestro), uno schema narrativo vecchio quanto le fiabe del *c'era una volta*, espressioni enfatiche ecc., ma soprattutto il contributo richiesto al lettore per alimentare il fuoco del contagio: l'atto esercitativo. L'istruzione "condividi se sei indignato" è l'evoluzione della classica "dietrologia".

Per comprendere meglio la natura di questo "progresso", si può vedere il sito Disinformazione.it (sottotitolo: "oltre la Verità ufficiale"), del quale indico, giudicandole sufficienti allo scopo di illustrarne i contenuti, le categorie di raccolta degli articoli pubblicati: alimentazione, ambiente, bambini, cancro, controllo, economia, esoterismo, farmaci, massoneria, nwo (cioè *new world order*), politica, salute, storia. Se già non bastasse la presenza di "esoterismo" accanto agli argomenti più tipicamente oggetto di indignazione da parte del pubblico dei social network – più "polarizzanti", si dice ora tecnicamente –, ci si può avventurare nella lettura di qualche testo: si tratta di "pezzi" abbastanza estesi, anche oltre le 2000 parole, a funzione prevalentemente conativa, che si avvalgono di un armamentario retorico abbastanza prevedibile ma tentano di darsi una dignità scientifica, per via del riferimento a fonti e persino per la presenza di note che vi rimandano. Oltretutto, sono articoli firmati. Questo tipo di pubblicazione non è affatto una novità (fin dal secolo scorso se ne trovavano a decine, a stampa, in riviste divulgative), benché da qualche anno possa avvalersi di un pubblico potenziale molto esteso grazie alla rete; ma la lettura di un testo tanto lungo richiede una motivazione molto forte, che può essere garantita da una percentuale minima degli utenti del web. Al contrario, un brevissimo testo fondato su un *pattern* ripetuto, corredato da un titolo efficace e da una foto evocativa, è alla portata di tutti: non serve nemmeno leggerlo perché basta dare un'occhiata all'argomento del titolo. Per usare una metafora, non importa indossare gli occhiali per leggere meglio e chiaramente: anche se si è miopi, basterà stringere gli occhi e soffermarsi sul titolo scritto in caratteri grandi. Ecco dunque il progresso: da una ristretta setta di adepti, prescelti per seguire il culto come premio per il loro zelo, la fake news recupera una fetta di pubblico molto più ampia, e decisa alla "azione", purché essa si svolga non altrove

che davanti allo schermo: l'illusione di appartenere a un gruppo coeso è tale solo se si resta di fronte al computer. Molto arguta è la figura del tipico "inoltratore" di messaggi incendiari, o *hater*, impersonata da Maurizio Crozza in una delle sue figure più riuscite, quella di Napalm, uomo tanto coraggioso sulla tastiera quanto incapace di fare fronte alle più comuni situazioni reali.

Il successo della fake news è dunque dovuto non tanto alla sua (scarsa o nulla) qualità informativa, quanto alla sua qualità di elemento aggregativo di un gruppo ristretto, e già formato. In un recente studio dedicato all'informazione su internet e alla post-verità, Walter Quattrociochi nota che la diffusione delle fake news avviene attraverso le cosiddette "camere dell'eco" (*echo chambers*), cioè ambienti chiusi nei quali le parole e le frasi "risuonano" sempre uguali a sé stesse fino a cancellare il dissenso e a non essere più messe in discussione. Ciò comporta anche una ulteriore conseguenza, l'assuefazione a parole e concetti che possono assumere la forma di slogan, "parole d'ordine" pressoché desemantizzate.

L'antidoto alla fake news è noto e alla portata di tutti: si chiama "verifica dei fatti" (*fact checking*), e consiste principalmente nella ricerca dell'autore del testo che si sta leggendo e nella riflessione sulla sua *intenzionalità* di scrittura. La diffusione di una fake news è al contrario possibile perché manca non solo la possibilità di rintracciare la fonte, ma purtroppo perché spesso tale ricerca non è considerata importante. Chi si compiace di vivere in una camera dell'eco non sembra avere voglia di uscirne. Un recente post di carattere politico ha chiamato in causa un tale Luca Boldrini, "figlio del fratello" della allora presidentessa della Camera dei Deputati, Laura. Il sito bufale.net ricostruisce la storia del post, la mancanza di fonti, l'identificazione del personaggio della foto con un ignaro utente di Facebook. Sembrerebbe una comunissima bufala, e infatti alcuni utenti più critici hanno segnalato ad altri di non diffonderla; ma una persona ha risposto: "Boh, io l'ho vista e condivisa, non mi sono soffermata molto a controllare le fonti. In ogni caso, la cosa non mi stupirebbe. È noto che ci siano casi del genere in Italia. Magari la bufala va presa cmq come testimonianza di una realtà ESISTENTE e che si perpetua da sempre". Questa risposta è davvero emblematica, perché mostra il carattere velleitario dell'incitamento alla verifica dei fatti: la persona messa in guardia dal diffondere una notizia falsa e diffamatoria contro una delle maggiori cariche dello stato, invece di mostrarsi affranta e pentita del suo

gesto, dimostra indifferenza e scarsa convinzione verso il metodo stesso (“boh”), ammette che non ha controllato le fonti ma sminuisce l'importanza del lavoro, e usa un'espressione impersonale (“è noto che”) per riferirsi – ecco una parola importante – a “casi del genere”. Esisterebbe dunque un genere di casi per i quali il nostro Paese (a differenza di altri) è famigerato. Infine, l'ultima frase suonerà familiare a chi abbia letto integralmente questo libro: vi ritroviamo l'uso del maiuscolo espressivo e il riferimento temporale vago. Ciò che inquieta è che questi stratagemmi non sono usati dall'autore della fake news, ma dal suo fruitore, che evidentemente sa riconoscerli (il che è diverso dal conoscerne l'intenzionalità, appunto) e riutilizzarli, cogliendone il valore comunicativo. Un altro aspetto rilevante è il tratto di indifferenza mostrato per la verità dei fatti e per il loro accertamento: questa potrebbe una ulteriore accezione di “post-verità”, intesa come ‘versione di comodo che esula dalla quota effettiva di verità di cui si compone’. Mi pare, questo, un buon esempio di ciò che può essere inteso per “assuefazione”.

5.4. La lotta contro le fake news: dai “decaloghi” ai “blastatori”

Questo ultimo caso concreto ci mostra un ulteriore aspetto di complicazione del quadro. Sono ormai numerosi i “decaloghi” per difendersi dalle false notizie: ne ho rintracciato per esempio uno di Facebook, “Suggerimenti per individuare le notizie false”, che è stato diffuso anche sulla carta stampata (su *La Stampa* dell'8 febbraio 2018, e probabilmente anche su altri quotidiani); c'è il “Decalogo #bastabufale” (ma, ahimè, di soli 8 punti, tanto che si poteva chiamare ottalogo, o ci si poteva sforzare di articolarlo su altri due punti) patrocinato da varie istituzioni, tra le quali RAI, Federazione italiana editori e giornalisti ecc., e promosso dal MIUR e dalla Camera dei Deputati. C'è grande interesse per la pratica del *fact checking*, tanto che l'OCSE ha dichiarato che la capacità di lettura critica di un testo deve essere sollecitata a scuola e che il prossimo test Pisa in cui si cimentano gli studenti delle scuole secondarie conterrà anche un quesito sulla verifica delle fonti. Sono nati molti “Fact-checking day” nel mondo: quello italiano ricorre il 2 aprile, data scelta perché immediatamente successiva al tradizionale giorno dei “pesci” (ma, ancora una volta, si tratta di due generi testuali diversi: il pesce deve essere svelato nella sua distanza dalla realtà per poter suscitare il riso). Sono state

varate prassi educative chiamate “alfabetizzazione informativa” o “ecosistema dell’informazione”, e possiamo menzionare anche il sito Factcheckers.it (ne dà conto Guido Romeo in un recente contributo su *nòva*, l’inserito tecnologico de *Il Sole-24 Ore*), che si aggiunge a bufale.net e alla meritoria attività di Paolo Attivissimo (il cui blog, Attivissimo.net, è stato pioniere nello smascheramento delle bufale).

Tutti questi tentativi cercano di introdurre un elemento razionale nel problema: sarebbe in fondo facile smascherare una fake news, perché basta semplicemente dimostrare la fallacia della sua fonte. Insomma, a un testo argomentativo-espressivo si oppone una dimostrazione informativa, un controllo ragionato sui contenuti. Di conseguenza, la diffusione di una mentalità critica risolverebbe il problema alla radice. Ciò tuttavia fa presa solo su una parte limitata dei destinatari: le “camere dell’eco” sono impermeabili al principio di realtà, perché hanno come elemento unificante la ricerca della dietrologia, del “non ce lo dicono”. Per questo motivo l’atteggiamento un po’ professorale di chi si picca di spiegare la verità è percepito come intrusione ostile e da respingere, proprio a conferma dell’identificazione dell’avversario “dialettico” che vuole imporre la propria autorità. Walter Quattrociochi partecipa a un progetto dell’Università Ca’ Foscari di Venezia e della London School of Economics and Political Science, denominato *Pandoors*, che si propone di tracciare la disinformazione sui social media su argomenti particolarmente polarizzanti (punto di partenza è l’immigrazione in Italia), per poterla poi contrastare secondo strategie più adeguate. Il punto nevralgico è la visione del mondo; Quattrociochi insiste particolarmente sul concetto di “narrazione” della realtà, e dunque sulla visione del mondo come struttura a forte componente emotiva. In tal caso, la soluzione migliore del problema sarebbe non una controprova oggettiva, ma una contronarrazione. Per esempio, a chi assomma i danni di un terremoto, quelli di un’alluvione e quelli di una epidemia per strumentalizzarli contro i politici corrotti che erano al governo e per affermare che in futuro certe cose non accadranno più, sarebbe inutile offrire una risposta razionale perché sarebbe evidentemente letta come posizione degli avversari politici. Vi si potrebbe piuttosto opporre una contro-narrazione, suggerendo ad esempio che la somma delle catastrofi sembra suggerire che il governo attuale porti sfortuna. Respingere le fake news con atteggiamento superiore, o classista,

alimenta la voglia di rivalsa e conferma le opinioni preconfezionate di chi coltiva una cultura del sospetto e “alternativa” rispetto ai canali ufficiali. Piuttosto, Labinaz e Sbisà invitano a riflettere sul “principio di autorità”: se le informazioni scientificamente fondate riposano su una garanzia data da un'autorità scientifica, le fake news si fanno talora forza di “epistemologie popolari”, di tentativi di legittimazione delle fonti (benché queste siano inquinate). In questi casi, dopotutto non così sporadici, l'intenzione potrebbe essere rediretta opportunamente.

Il fenomeno delle fake news e la sua strumentalizzazione politica hanno generato due particolari tipologie di reazioni. Un gruppo Facebook, “Non cielo dicono”, ha promosso l'ironia contro le fake news. Così, pubblica con cadenza martellante notizie inventate sugli argomenti più “caldi” che trovano lettori sensibili: la pericolosità dei vaccini, le scie chimiche, la contaminazione alimentare, la presenza di forme extraterrestri, e così via. La grafia “cielo” al posto del corretto “ce lo” offre già la chiave di lettura dell'attività del gruppo: chi pubblica cose del genere non può essere perfettamente alfabetizzato! Tuttavia, i gestori del gruppo non appalesano mai la propria intenzione comunicativa, e chi legge ha a disposizione la doppia chiave: divertirsi per la satira, o condividere la nuova “verità”. Potrebbe anche trattarsi di un esperimento sociologico, mirato a rilevare quanto possa essere ampio il quadro dei destinatari ricettivi. Altra reazione, molto più forte, è quella dei cosiddetti “blastatori”, dall'inglese *to blast*, ‘far saltare in aria’. In base a questo atteggiamento, una risposta sdegnata e talora perfino offensiva contro i creduloni avrebbe un valore educativo: mettere alla berlina gli ingenui potrebbe produrre in loro un senso di isolamento dal gruppo. È la strategia adottata da Enrico Mentana contro i dietrologi della politica, o da Roberto Burioni contro i cosiddetti “no vax”: a colpi di insulti e di minacce di denuncia, gli esperti tentano di deviare il senso comune dal pregiudizio di chi cerca una “verità nascosta” o “non ufficiale”. Tuttavia, il prolungarsi dello scontro e il dover ricorrere ripetutamente ai medesimi argomenti sembra dimostrare una scarsa efficacia di questo metodo: chi viene corretto, o tacciato di ignoranza, più spesso si fa vanto che un “cattedratico” – quindi detentore di una “verità ufficiale” – si opponga alla sua tesi, perché ancora una volta questo atteggiamento suona come una conferma di pregiudizio (in psicologia è il *confirmation bias*, o *bias di conferma*).

5.5 Dalla politica alla filologia

Un tale terreno infetto, così difficile da bonificare, è coltura ideale per la diffusione di germi disinformativi legati alla vita politica. Il 21 luglio 2018 *Repubblica on line* ha pubblicato la notizia della scoperta di un finto account Facebook che creava bufale contro Laura Boldrini e Roberto Saviano, due dei bersagli preferiti dagli *hater*, cioè da coloro che diffondono messaggi di odio contro persone ben identificate. Nell'articolo un "cacciatore" di false notizie, David Puente, spiega che era stato creato un profilo finto, femminile, su cui erano state caricate foto prese dalla rete appartenenti ad altri utenti, e che la notizia era stata confezionata da "una persona esperta con un metodo preciso". La finta utente aveva poi condiviso la notizia su gruppi politicamente schierati, allo scopo di ottenere l'effetto di camera dell'eco. Il "cacciatore" ha denunciato sui gruppi l'attività dell'impostora e pochi minuti dopo il profilo Facebook è stato reso non raggiungibile. Al di là del singolo caso, la notizia è inquietante perché mostra l'esistenza di persone che inquinano volontariamente le informazioni, per perseguire intenti di matrice politica. Il giornalista Paolo Mastrolilli de *La Stampa* ha progressivamente illustrato, in alcuni articoli, l'avanzamento delle indagini sulla presenza di *troll* (cioè di utenti "provocatori") russi sullo sfondo delle elezioni politiche italiane del 4 marzo 2018. Queste figure un po' fantomatiche sono identificabili perché hanno operato durante brevi lassi di tempo sui social network per poi rendere inaccessibili i loro profili: ciò pare mettere in evidenza che non si tratti di persone comuni, vittime del contagio delle bufale, ma di individui che mettono in atto consapevolmente azioni di disturbo e di polemica politica, allo scopo di influenzare l'opinione pubblica. Le tracce del loro operato evidenziano il valore strumentale dei falsi profili. Le indagini seguono quelle dello scandalo *Cambridge Analytica*, una società di consulenza che usò dati resi disponibili da Facebook per influenzare il referendum sull'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea (che si è tradotto nella dolorosa "Brexit") e le elezioni presidenziali americane del 2016: il social network era usato come database informativo sugli utenti, in modo da individuare quelli potenzialmente più sensibili a falsi messaggi di contenuto politico. È evidente, dunque, che accanto al vantaggio economico ricavabile dall'inoltro delle fake news (il *clickbait* di cui parlano Alice Lokar ed Elia Silvestro), ha preso forma negli ultimi tempi un sistema per influenzare il pensiero politico delle persone attraverso la rete.

Se è dunque vero che le bufale e la disinformazione esistono da sempre, anche per questioni politiche, lo è altrettanto che con le fake news si dà ragione di un modello disinformativo su larga scala, almeno in parte gestito da utenti non ingenui, ma poi alimentato anche da persone comuni. Come è possibile combattere questa tendenza? Come è possibile rompere la catena di conferme e di pregiudizi? Una cura efficace non è stata ancora trovata; il fact checking resta la proposta migliore per l'attività di prevenzione, accompagnata da una buona dose di disciplina filologica: per la filologia, effettivamente, lo studio delle fake news rappresenta un'ottima occasione per ribadire il valore del proprio metodo, riscattandolo dallo scetticismo che la accompagna negli ultimi anni. A tal proposito, un esemplare lavoro di analisi della diffusione di una falsa notizia è stato pubblicato sul web da Claudio Lagomarsini, filologo romano molto attento allo studio delle fonti. Il centro della sua riflessione, la cui importanza apparirà evidente ai lettori, è che il testo non è un dato, ma è il risultato di un processo, che attraversa varie fasi di elaborazione. Esso quindi ci giunge carico di possibili manipolazioni e modifiche, e richiede un atto di interpretazione e uno di accertamento della fonte. Nel caso analizzato da Lagomarsini – una notizia satirica elaborata in modo maldestro che diventa una involontaria fake news – si affronta il problema del confine tra due testi molto simili, la satira e l'invettiva malevola, dei quali non è sempre chiara (o non viene ricercata) l'intenzionalità. Così, la scoperta, a Rignano sull'Arno, di 500.000 schede elettorali precompilate per il "Sì" al referendum costituzionale proposto dal Pd guidato da Matteo Renzi è potuta sembrare verosimile, malgrado il numero fosse volutamente spropositato; e a nulla sono valsi gli sforzi dell'autore di esplicitare ancora di più il proprio intento satirico: non il cambiamento del nome della località nello scurrile "Rignano sul Membro", o peggio ancora in "Napoli", che per lo stereotipo vulgato è la città del falso per eccellenza. Tutti questi ritocchi, avvenuti a brevissima distanza uno dall'altro (come dimostra il filologo), non hanno arrestato la raffica di condivisioni. Il perché è presto detto: la notizia, vera o falsa che possa essere, svolge la funzione di conferma del pregiudizio, consente cioè il pre-giudizio, senza sollecitare un giudizio critico sul fatto. Un atteggiamento filologico può essere dunque il vaccino migliore per proteggersi dalle false notizie: la filologia diffonde (inocula, per restare nella metafora) una mentalità critica, che rende consapevoli della qualità di quanto si legge o si ascolta.