

ALESSANDRO DAL LAGO

«La disinformazione è diventata un'arma per vincere in politica»

GIULIA MERLO

«**I** social ci condizionano come facevano i manifesti della Dc nel 1948 e per questo sono diventati uno strumento decisivo sul piano della propaganda politica». Per Alessandro Dal Lago,

sociologo e studioso dei fenomeni del web, in Italia questo fenomeno è incarnato dalla Casaleggio Associati, «che guida i 5 Stelle sulla base di un modello inquietante fatto di manipolazione della realtà attraverso la disinformazione via social».

A PAGINA 7

«La disinformazione virtuale fa vincere Trump e Di Maio»

GIULIA MERLO

«**I** social ci condizionano come facevano i manifesti della Dc nel 1948 e per questo sono diventati uno strumento decisivo sul piano della propaganda politica». Per Alessandro Dal Lago, sociologo e studioso dei fenomeni del web, lo scandalo che ha investito Facebook ha fatto venire alla luce lo sfruttamento illegale di informazioni che, però, già da tempo sono diventate uno strumento politico. **L'inchiesta contro Cambridge Analytica ha aperto il vaso di Pandora del lato oscuro dei social?**

Ha rivelato che i nostri dati, sia pubblici che privati come le reti di amicizia su Facebook, possono essere usate per campagne di profilazione e per la creazione di modelli di utenza. In seguito, questa mole di informazioni può essere usata per campagne di marketing e di propaganda politica. Così, il cittadino della lower class americana esasperato dalla mancanza di lavoro e che odia i vicini di casa neri diventa personaggio medio, utilizzabile come modello per studiare una propaganda mirata. Considerando che i dati analizzati hanno permesso alla Cam-

bridge Analytica di profilare 50 milioni di utenti, si capisce la portata del fenomeno.

E questo quali problemi solleva?

Da una parte c'è il tema della tutela della privacy e le ipotesi sono due: o Facebook sapeva dell'indebita profilazione e dunque è connivente, oppure non sapeva e questo significa che il sistema è penetrabile. Tutto sommato, questa seconda prospettiva mi sembra la più grave.

I dati sono stati usati per fare campagne politiche.

Il rilievo politico della vicenda porta in primo piano l'esistenza di società di big data, che puntano a controllare l'opinione pubblica e che fanno parte di un mondo pressoché sconosciuto alla collettività. Basti pensare che, prima di qualche giorno fa, nessuno conosceva Cambridge Analytica, e come questa esistono altre centinaia di società analoghe. Senza complottismi, è evidente come esistano ambienti che, attraverso la consulenza strategica, sono interessati a orientare la politica globale. Altro dato, la presenza nell'inchiesta di Steve Bannon - noto suprematista bianco e stratega di Trump - mostra come la capacità di influenzare l'opinione pubblica attraverso la manipolazione dei dati sul web è più forte nella destra globale che non nella sinistra.

Davvero un post pubblicitario su Facebook è in grado di condizionare l'elettorato fino a questo punto?

E' più che normale che sia in grado di farlo. La comunicazione si è evoluta: partiamo dal manifesto elettorale, e penso alla geniale trovata di propaganda anti-comunista della Dc del 1948, con il manifesto dei cosacchi che si abbeverano a una fontana davanti a una chiesa. Poi sono arrivati i media generalisti come la televisione e la stampa, in cui la propaganda si faceva attraverso i modelli culturali. Penso alla Rai, in cui si propagandava un modello familiare che indirettamente finiva per legittimare la Dc. Oggi la propaganda è molto cambiata: il web e i social creano un pubblico universale, che accede alla stessa sfera comunicativa. Questo permette ai manipolatori intelligenti di arrivare istantaneamente a un pubblico enorme, influenzandoli a un livello impensabile solo fino a qualche anno fa.

In Italia esistono fenomeni simili di sfruttamento del web?

La Casaleggio Associati è un esempio di questo. La società gestisce un'enorme rete di pagine Facebook e siti collegati al blog delle Stelle e indirettamente a quello di Beppe Grillo.

E come funziona, praticamente, il meccanismo?

Le faccio un esempio. Esiste una pagina appartenente a questa galassia che si chiama "Alessandro Di Battista presidente del consiglio", che contiene messaggi di propaganda in stile mussoliniano del tenore di: «Ringraziamo il guerriero Di Battista, eroe nazionale». Ora, si può dire che queste parole suonino ridicole, ma bisogna leggerle in chiave social e in base al target degli elettori che si vogliono calamitare: giovani elettori del sud Italia, con una scolarità medio bassa. A questi soggetti si propone una propaganda che da una parte martella sull'odio per la casta e dall'altra propone un eroe nazionale. Considerando che pagine come queste hanno centinaia di migliaia di follower, è facile immaginare gli effetti.

Nulla di tutto questo, però, è illegale.

Certo che no, però esiste un problema di profonda manipolazione

della realtà contro la quale non esistono strumenti di difesa adeguati. Le fake news, infatti, non sono solo le notizie inventate ma per la maggior parte si tratta di manipolazioni di notizie verosimili, che vengono caricate di retorica per diventare virali e, nello stesso tempo, nessuno verifica che si tratta di falsi.

Si può parlare di un modello politico?

E' certamente un modello. Politicamente, io credo sia inquietante che i parlamentari del Movimento 5 Stelle abbiano sottoscritto un contratto ridicolo nel quale tuttavia si impegnano a versare 300 euro al mese alla Casaleggio Associati, che non è un partito ma un'azienda privata di comunicazione.

Si può dire che, oggi, vince le elezioni chi sa usare meglio questi strumenti del web?

Diciamo che i social non sono lo

strumento esclusivo, ma sono diventati quello decisivo. Difficile dire quanti milioni di voti abbia spostato la campagna di Cambridge Analytica però, se si pensa alle elezioni americane, anche un milione di voti in più o in meno può garantire l'elezione alla Casa Bianca. Insomma, la propaganda sul web è in grado di spostare le decisioni.

Il web, quindi, condiziona la realtà?

Il web ne condiziona la percezione, e questo è decisivo. La realtà e i conflitti continuano ad esistere, ma il modo in cui vengono percepiti e il luogo in cui si propongono le soluzioni è deciso dalla propaganda sul web. In questo modo la sfera di comunicazione virtuale decide l'orientamento dei settori critici dell'elettorato. Tornando ai 5 Stelle: il loro sistema di comunicazione prevede di generare un cortocircuito tra l'abile uso delle news sul web e la sistematica disinformazione.

«DIFFICILE DIRE QUANTI MILIONI DI VOTI ABBAIA SPOSTATO LA CAMPAGNA DI CAMBRIDGE ANALYTICA. PERÒ ANCHE UN MILIONE DI VOTI IN PIÙ O IN MENO PUÒ GARANTIRE L'ELEZIONE ALLA CASA BIANCA»

ALESSANDRO DAL LAGO



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.