



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

SVILIPPO DI UN PROTOCOLLO PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: FUNZIONE DEGLI USER GENERATED CONTENT (UGC) E STUDIO DI UNA TECNOLOGIA AVANZATA PER IL CONTRASTO ALLE FAKE NEWS.

Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione
Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale

Dottorato di ricerca, curriculum comunicazione

Candidato: Michele Zizza

Relatore: Professor Giuseppe Anzera

XXXV Ciclo

**SVILIPPO DI UN PROTOCOLLO PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE:
FUNZIONE DEGLI USER GENERATED CONTENT (UGC) E STUDIO DI UNA
TECNOLOGIA AVANZATA PER IL CONTRASTO ALLE FAKE NEWS.**

Sommario

ABSTRACT.....	- 3 -
OBIETTIVO DELLO STUDIO.....	- 4 -
QUADRO TEORICO.....	- 6 -
CAPITOLO 1	- 11 -
Il ruolo dei frame	- 11 -
CAPITOLO 2	- 15 -
Bias cognitivi e Bias di conferma	- 15 -
CAPITOLO 3	- 21 -
Analisi del contesto odierno	- 21 -
La Pubblica Amministrazione in Italia: comunicazione e ICT	- 25 -
CAPITOLO 4	- 32 -
Fake news e tecnologia al servizio dell'informazione	- 32 -
Tecnologia blockchain Per l'informazione	- 36 -
Tecnologia QR Code e l'informazione	- 39 -
Fake News durante la pandemia Covid 19	- 41 -
Comunicazione strategica: tecnologia e cultura dell'informazione nell'ambito internazionale ..	-
49 -	
CAPITOLO 5	- 65 -
Tecnologia di studio e di riferimento per la PA	- 65 -
LA VERIFICA	- 70 -
INTERVISTA ALL'INGEGNERE NICOLA FEDELE, AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA SOCIETA' BLUENT E SVILUPPATORE DELLA TECNOLOGIA BLUeCODE	- 70 -
CAPITOLO 6	- 73 -

Conclusioni	- 73 -
BIBLIOGRAFIA	- 75 -
SITOGRAFIA.....	- 80 -

ABSTRACT

Nella società di oggi le piattaforme digitali regolano i processi sociali e incidono sulla nostra vita, su quella dei mercati e sugli obiettivi dei governi. La comunicazione, nelle sue articolazioni, assume un ruolo importante e determinante per capire la trasformazione della società stessa e analizzare con più esattezza gli scenari futuri. In questo lavoro viene descritto il concetto di polarizzazione causata dall'azione degli User Generated Content. Un fenomeno, quello della polarizzazione, sempre esistito. E' fondamentale affrontare questo tema per individuare una responsabilità individuale per cui, successivamente, trattare il fenomeno delle fake news e applicare, dunque, nuove soluzioni da annoverare nel campo delle ICT Information Communication Technology. Noteremo come le teorie classiche trovano attuazione nei processi mediali odierni. Verrà dunque analizzato il contesto storico attuale del media mainstream in cui emerge, predominante, la funzione dell'user-generated content nell'ecosistema digitale che, sia attraverso il ruolo dei bias di conferma, sia attraverso la funzione dei frame, determina o influenza le scelte degli altri utenti nella comunità in cui vive. Sarà approfondito il ruolo dei frame per evidenziare, dunque, come viene sviluppato un contenuto e come si manifesta il fenomeno della polarizzazione nel contesto odierno in cui, difatti, i pubblici non sono solo spettatori ma anche creatori di contenuti. Il secondo stadio di questo lavoro sarà dedicato allo studio di una tecnologia avanzata utile a certificare le fonti e le notizie. I contesti analizzati saranno due: l'emergenza COVID-19 e la Comunicazione Strategica in geopolitica (STRATCOM).

OBIETTIVO DELLO STUDIO

L'obiettivo di questo lavoro è quello di esplorare la possibilità di sviluppare un documento per il contrasto alle Fake News che sia di riferimento per la Pubblica Amministrazione ma anche per le società private e per i professionisti dell'informazione. Il protocollo segue due macro direttrici: la responsabilità dell'utente/UGC che sceglie o crea una fake news e l'uso di una tecnologia avanzata per il contrasto alle fake news. Gli utenti presenti sulle piattaforme, oggi, non sono solo più spettatori della vita pubblica ma, in qualità di user-generated content, dopo aver creato un prodotto medializzabile, contribuiscono a influenzare le scelte e gli eventi che si susseguono diventando parte attiva del problema chiamato, appunto, Fake News. Sarà dunque fondamentale, nella prima fase, riassegnare al concetto di polarizzazione una funzione da sempre presente nelle sfere della sociologia, proprio in relazione ai ruoli di soggetti che un tempo influenzavano le masse attraverso il proprio pensiero ideologico e con l'ausilio di media tradizionali, mentre oggi, grazie alle piattaforme digitali, diventano soggetti attivi e indipendenti (UGC) che possono, però, comunque esercitare influenze nelle comunità e che, grazie ai nuovi strumenti di comunicazione, tornano predominanti nel dibattito pubblico e scientifico. Sarà infatti evidenziata la polarizzazione dei pubblici nelle forme medializzate tradizionali, sino ad arrivare ai giorni nostri. Successivamente verrà affrontato il ruolo dei frame e del framing per la costruzione di una notizia/contenuto. Questo studio, dunque, si completa di una seconda fase non più relativa alla sola responsabilità dell'utente ma relativa anche all'applicazione di una tecnologia avanzata per il contrasto alle Fake News. Lo scopo finale, quindi, è quello di elaborare un protocollo unico di riferimento per tutta la Pubblica Amministrazione. Un documento che possa essere adottato per contrastare le fake news o meglio, abbassarne l'incidenza, all'interno della propria struttura pubblica e, inoltre, per garantire un miglior servizio ai cittadini. Vedremo come l'esigenza di formare i dipendenti pubblici e fornirli di una tecnologia avanzata, possa risultare utile non solo in termini di efficienza e sicurezza per il proprio paese ma anche in relazioni a sfide internazionali che potrebbero esporre

l'asset pubblico di una nazione a seri rischi che potrebbero risultare irreversibili e dannosi per il futuro di una democrazia.

QUADRO TEORICO

L'annoso problema di informazioni false o errate ha sempre caratterizzato fatti ed eventi influenzando, talvolta, i loro risultati e le loro evoluzioni. È successo in politica, nel mondo della finanza, nella vita di tutti i giorni, nei rapporti tra le aziende. Ci sono stati molti tentativi di fermare o arginare le notizie false e la bibliografia ci offre una vasta gamma di teorie ed esempi. La maggior parte di queste teorie riguardano il ruolo dei bias¹ come vedremo successivamente. Purtroppo, però, nessuna soluzione ha ridotto il problema. Nella società liquida² in cui i mezzi di informazione e comunicazione sono aumentati e l'utente è diventato un generatore di contenuti, il problema si è notevolmente espanso, tanto che oggi ci troviamo immersi in una società in cui le piattaforme digitali³ hanno un peso tale da influenzare gli scenari geopolitici e gli obiettivi dei governi. Infatti, anche per questo, le società governative sono ricorse a nuove misure per evitare disordini interni o per contrastare gli attacchi contro le aziende strategiche di bandiera. Questa nuova forma di partecipazione, in cui l'utente/elettore ha a disposizione piattaforme di comunicazione che amplificano il messaggio e possono costruire un leader o un progetto, se ben utilizzate, anche attraverso la disinformazione, chiama in appello la Teoria delle Élite⁴ in cui, appunto, si descrive il potere per pochi, anche nelle organizzazioni popolari, ma necessariamente gestito da élite che comandano. Altre volte il problema si è manifestato nei momenti elettorali in cui le interferenze straniere hanno cercato di influenzare il destino democratico. Il fenomeno è quindi diventato, in un paese europeo come l'Italia⁵, di importanza comunitaria, perché la destabilizzazione di un singolo stato può compromettere l'intero equilibrio dell'Unione europea. Uno dei risultati di maggiore interesse, oggi, riguarda il concetto di polarizzazione, tornato di forte attualità grazie alle scienze

¹ DUPED: TRUTH-DEFAULT THEORY AND THE SOCIAL SCIENCE OF LYING AND DECEPTION – T. R. Levine. University Alabama Press, 2019

² MODERNITÀ LIQUIDA - Z. Bauman - Editori Laterza 2011

³ PLATFORM SOCIETY. VALORI PUBBLICI E SOCIETÀ CONNESSA - J. Van Dijck, T. Poell, M. De Waal. Edizione italiana a cura di: G. Boccia Artieri, A. Marinelli. Guerini Scientifica, 2019

⁴ LA SOCIOLOGIA DEL PARTITO POLITICO – R. Michels. Edizione italiana Il Mulino, 1966

⁵ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/measuring-reach-fake-news-and-online-disinformation-europe>

computazionali che studiano le dinamiche sulle piattaforme di social network sites⁶ e, indubbiamente, anche grazie alla digitalizzazione delle società⁷ in cui si organizzano le reti e i processi sociali. Strutture matematiche e algoritmiche che inducono a una lettura dei dati obbligatoria. In questo nuovo scenario 4.0 non bisogna, però, assolutamente trascurare i principi teorici relativi alla sociologia delle relazioni e alla comunicazione su cui, appunto, si sviluppano le interazioni sia in ambiente off line che in ambiente on line. Proprio su queste aree scientifiche, sociologia e comunicazione, costruiremo un documento che farà emergere il ruolo della polarizzazione nel contesto digitale, necessario a elaborare un modello iconoclastico al più complesso e noto quadro teorico sulla comunicazione di massa⁸ che, attualmente, assume un ruolo non più centrale poiché le forme di partecipazione, nella società delle piattaforme⁹, sono assolutamente diverse da quelle passate. Ciò in relazione a due macro fattori determinanti: la globalizzazione che coinvolge più pubblici e UGC negli eventi internazionali e la cittadinanza digitale partecipata. Entrambi i fattori ci rendono abitanti di un ecosistema unico in cui, tutti, interagiamo e in cui, almeno emotivamente, ci sentiamo coinvolti per effetto del fenomeno chiamato postverità¹⁰. Determinanti, per questo lavoro, saranno le teorie sui frame e sul framing con le quali, già dalla seconda metà del 900, sono stati scritti capitoli scientifici sui media e l'informazione. Descriveremo il ruolo dei frame nella costruzione dei processi culturali e nella realizzazione dei processi di informazione, secondo le teorie di Entman, di Gamson e di Goffman. Successivamente, porremo l'attenzione sulle teorie dei bias e dei confirmation bias che definiscono l'azione e le scelte degli UGC nell'ecosistema digitale. Questi due complessi teorici, diversi tra loro, pongono le basi necessarie ad affrontare, successivamente, lo studio sulla tecnologia avanzata per il contrasto delle Fake News. E' fondamentale ribadire che il progetto scelto guarda a due direttrici: la responsabilità dell'utente nella verifica della notizia; l'uso di una tecnologia avanzata per certificare la fonte in un ecosistema fitto di UGC. Si da il caso che molte aziende ed enti che si occupano

⁶ MISINFORMATION – W.Quattrociocchi, A. Vicini. F. Angeli, 2017

⁷ LA CITTADINANZA ON LINE - L.Ceccarini. Il Mulino, 2015

⁸ LE COMUNICAZIONI DI MASSA – D.Mcquail. Il Mulino, 1986

⁹ PLATFORM SOCIETY – J.Van Dijck. T.Poell. M.De Waal. Oxford University Press, 2018

¹⁰ POSTVERITA' – A.M. Lorusso. Laterza, 2018

di informazione siano ricorsi a unità specializzate per l'attività di fact-checking così come riportato in uno studio¹¹ condotto nel 2020 e pubblicato sul *Mediterranean Journal of Communication*. Questo per garantire un miglior supporto ai professionisti e offrire un servizio in più ai lettori. Analogamente, nelle PA, in relazione alle funzioni svolte dagli uffici che si occupano di comunicazione interna, andrebbe garantito, agli appartenenti dell'istituzione interessata, un servizio di fact-checking e proprio uno degli obiettivi di questo studio è quello di creare un protocollo di riferimento per le organizzazioni/comunità.

Nella seconda fase di questo lavoro analizzeremo una tecnologia creata per la sicurezza dei documenti, altamente affidabile e non modificabile con metodi di contraffazione. Un ulteriore ausilio per certificare le fonti, le notizie, le immagini, le campagne mediatiche. I contenuti sono certificati immediatamente e possono essere diffusi altrettanto rapidamente. La notizia viene veicolata in un ciclo chiuso: fonte - utente / utente - utente. Più intuitivo della tecnologia blockchain, meno costoso e facilmente applicabile. Il bisogno di individuare un ulteriore strumento nasce dall'esigenza di offrire una soluzione efficace, basata su una tecnologia avanzata. Il problema della disinformazione causata dalle Fake News, riguarda tutta la popolazione mondiale e tutte le fasce d'età che si informano, anche da più fonti e per più ragioni, così come riscontrato in diversi studi internazionali.¹² Una scelta empirica dovuta al contesto storico che cambia velocemente ma che, fa emergere, preoccupante, il concetto di post verità come innesco di minacce globali¹³ (da Trump alla Brexit, fino ai movimenti no vax). Uno scenario che coinvolge le più importanti sfere che costituiscono l'ordinamento democratico, civile e culturale degli stati, delle comunità di stati e delle organizzazioni internazionali governative e non governative. Difatti, la minaccia provocata dal fenomeno delle fake news, ha portato le istituzioni a organizzarsi costituendo agenzie e centri studio per analizzare, monitorare e contrastare il rischio di

¹¹ INDEPENDENT FACT-CHECKING PLATFORMS IN SPAIN AND ITALY: FEATURES, ORGANISATION

AND METHOD – G. ANZERA, F.-J. MURCIA-VERDÚ, M.-J. UGARTE-RUIZ. *Mediterranean Journal of Communication*, 2020

¹² FAKE NEWS AND ONLINE DISINFORMATION. A PERSPECTIVES OF THAI GOVERNMENT OFFICIALS - P. Sa-nga-ngam, T. Mayakul, W. Srisawat and S. Kiattisin, *2019 4th Technology Innovation Management and Engineering Science International Conference (TIMES-iCON)*, Bangkok, Thailand, 2019, pp. 1-4, doi: [10.1109/TIMES-iCON47539.2019.9024427](https://doi.org/10.1109/TIMES-iCON47539.2019.9024427)

¹³ LIBERI DI CREDERCI: INFORMAZIONE, INTERNET E POST-VERITÀ - W. Quattrociocchi, A. Vicini. Codice Edizioni, 2018

destabilizzazione delle democrazie o il rischio di influenze che, con strategie specifiche, si sarebbero trasformate in ingerenze estere. Uno degli obiettivi di questo progetto, come anticipato, è anche quello di fornire alle amministrazioni pubbliche e alle aziende private che operano per i governi, uno documento innovativo, basato anche sull'offerta tecnologica, con cui sviluppare piani di contrasto alla disinformazione. Le ragioni, pertanto, di contrastare in ogni modo il fenomeno delle Fake News, rientrano di fatto nelle sfere della sicurezza sociale e militare. Militare poiché, nell'ambiente informatizzato in cui viviamo, le guerre non sono più contestualizzate in confini e in aree geolocalizzate, ma avvengono in un ecosistema virtuale e globale, attraverso attacchi cyber alle infrastrutture sensibili e attraverso "show the force"¹⁴ promossi dalla macchina della comunicazione bellica 2.0¹⁵. Difatti, il documento può essere consultato e applicato anche in ambito NATO - Stratcom, in relazione al fatto che le fake news, appunto, vengono generate per sviluppare azioni capaci di stravolgere gli equilibri geopolitici poiché contribuiscono a generare tensioni interne, es.: scontri sociali sulla gestione dei flussi migratori. Non solo, la certificazione di notizie che riguardano la politica internazionale è fondamentale nei casi in cui vengano violati i principi internazionali. Ad esempio, nel 2009, in Iran, il Consiglio Supremo di Sicurezza adottò forti restrizioni all'utilizzo del web. Questo comportò un limitato lavoro di informazione da parte dei giornalisti locali e internazionali. Il Centro per i diritti umani in Iran (CHRI) affermò che l'accesso a Internet era stato limitato il 30 dicembre per poi essere completamente interrotto. Il giorno dopo, Telegram e Instagram, due delle applicazioni di social media più utilizzate nel paese, furono bloccate¹⁶. La certificazione di notizie, anche in questo caso, sarebbe tornata utile per rafforzare la tutela di chi, anche in contesti difficili, si occupa di informazione. Le stesse Organizzazioni Governative Internazionali avrebbero, con questa tecnologia avanzata, reso indiscutibile il lavoro dei professionisti dell'informazione. Vedremo quindi come una tecnologia avanzata, come quelle del blu code, possa essere applicata alle diverse fonti coinvolte nei casi descritti e come, anche nei

¹⁴ OPERATION ATLANTIC RESOLVE TO EXPAND: ARMY ENVISIONS NEW EUROPEAN DEPLOYMENTS AS SHOW OF FORCE TO MOSCOW - S. Sprenger - Inside the Army, Vol. 27, No. 9, 2015, p. 2 URL: <https://www.jstor.org/stable/10.2307/24837650>

¹⁵ STRATCOM'S NEW STRATEGY WILL BETTER HANDLE GLOBAL THREATS - S. Maucione - Inside Missile Defense, Vol. 20, No. 25, 2014, p. 10 URL: <https://www.jstor.org/stable/10.2307/24789221>

¹⁶ <https://www.iranhumanrights.org/2018/01/irans-severely-disrupted-internet-during-protests-websites-hardly-open/>

contesti più difficili, remoti e senza copertura internet o satellitare, questa tecnologia sia efficace per diminuire il numero di fake news o arginare la divulgazione di contenuti non veri.

CAPITOLO 1

Il ruolo dei frame

Con l'approfondimento dei casi di polarizzazione è emerso quanto determinante sia la facoltà di scelta che, nei contesti mediali e sociali, porta alla realizzazione del fenomeno. Per George Lakoff, infatti, i frame sono strutture mentali radicate che plasmano la nostra idea delle cose e la visione di ciò che accade, creando così una propria capacità critica e di scelta, nel contesto in cui agiamo. A questa prima azione individualistica dei frame ne segue una più collettiva che, allo stesso modo, è coinvolta nelle scelte dell'individuo e riguarda i frame culturali. Sempre secondo Lakoff i frame culturali sono quei mattoncini che compongono la struttura sociale di una comunità. Ognuno di essi esprime una tematica (morale, etica, principi, modelli) e, nell'insieme, rappresentano il modello culturale in cui gli individui esercitano le proprie scelte. E' importante descrivere la funzione dei frame culturali sia per analizzare il processo di polarizzazione, sia perché oggi, con le piattaforme digitali di social media¹⁷, si parla sempre più frequentemente di camere dell'eco.

In questi frame culturali interagiscono individui che amplificano i temi trattati¹⁸ e organizzano proposte e progetti definendo una vera e propria ideologia, a tal punto di garantire l'accesso, a questa infrastruttura culturale, esclusivamente a chi ne condivide i principi.

Ad introdurre il ruolo dei frame nell'informazione è stato il professor Robert Entman e, proprio sull'impiego dei frame culturali, ha elaborato il concetto di congruenza culturale, riguardante, appunto, l'ecosistema mediale in cui una notizia lanciata in un frame culturale ben definito, avrebbe avuto successo se la stessa avesse rispecchiato gli stessi punti di quel frame culturale.

¹⁷ <https://arxiv.org/abs/1803.01731>

¹⁸ COMUNICAZIONE E SOCIETA' – M. Barisone, Il Mulino, 2009

A supporto di questo studio, nel 1983, è William Anthony Gamson che individua cinque dispositivi di framing¹⁹:

- *Le metafore*
- *Gli esemplari*
- *Le frasi a effetto*
- *Le raffigurazioni*
- *Le immagini visive*

A integrare questi dispositivi, 10 anni dopo, saranno Zhongdang PAN e Gerald M. KOSICKI con ulteriori tre elementi fondamentali nella costruzione dei frame mediali²⁰:

- *Le strutture sintattiche*
- *Le strutture della sceneggiatura*
- *Le strutture tematiche*

Passando dunque dal ruolo esclusivo dei media a quello dei content creator (qualsiasi account presente sulle piattaforme di interazione) evinciamo, attraverso questo studio sui frame, che con l'aumentare degli strumenti di comunicazione odierni e l'aumento dei dati relativi alle informazioni, si sia intensificata anche l'attività del lettore di interpretare il messaggio e rilanciarlo o trasformarlo, attraverso le proprie piattaforme di interazione digitali. Proprio sui cinque dispositivi di framing rilevati da Gamson notiamo che il lettore/fruttore dell'informazione può amplificare, attraverso il proprio frame culturale, un messaggio semplice e privo di ogni elemento soggettivo.

¹⁹ COMUNICAZIONE E SOCIETA' – M. Barisone. Il Mulino, 2009

²⁰ FRAMING ANALYSIS: AN APPROACH TO NEWS DISCOURSE - POLITICAL COMMUNICATION, Volume 10 - 1993 Taylor & Francis

ESEMPIO:

Osservando i cinque dispositivi di framing possiamo notare come una semplice foto, contenente solo il titolo, con l'aggiunta di un emoticon da parte del lettore/fruitori, possa suscitare simpatia o antipatia nei confronti di chi la osserva e quindi amplificare la polarizzazione nelle strutture culturali in cui viene riprodotto il contenuto:

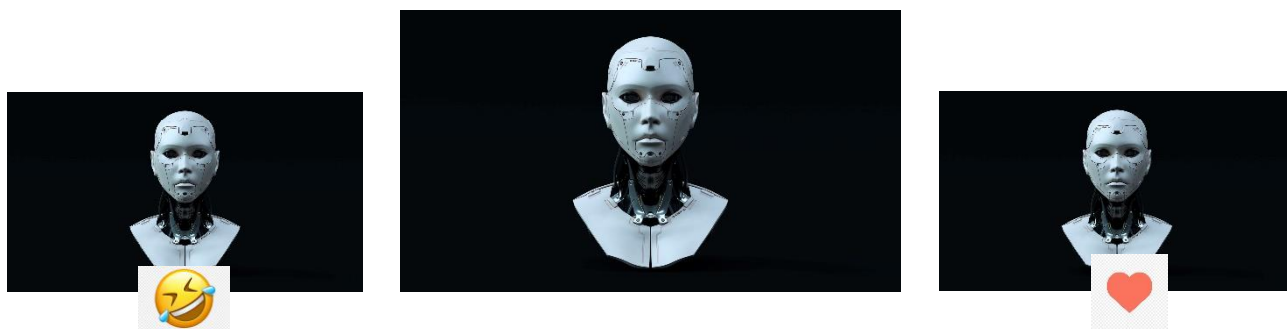


Figura 1 Un cyborg salverà il mondo

Analogamente, anche i creatori di contenuti costruiscono le strutture di frame, soprattutto se consideriamo che, oggigiorno, grazie ai social media, siamo sia fruitori, sia costruttori di notizie o informazioni e quindi torna utile lo studio di D.A. Graber che sosteneva: “i frame delle informazioni vengono visti come cornici che forniscono lo sfondo interpretativo attraverso cui la notizia, appunto, viene giudicata”²¹ – Un’influenza dettata dal narratore che pone l’utente in una determinata prospettiva di lettura. Guardando sempre al ruolo dei frame non mi soffermo su quelli strategici e di contenuto,²² esclusivamente relativi all’informazione professionale e neanche sui frame di gioco e di governo²³ anche questi destinati a un uso più tecnico.

²¹ CONTENT AND MEANING: WHAT’S IT ALL ABOUT - D. A. Graber. <https://doi.org/10.1177/0002764289033002004>, 1989

²² SPIRAL OF CYNICISM: THE PRESS AND THE PUBLIC GOOD – J. N. Cappella; K. H. Jamieson. Oxford University Press, 1997

²³ OUT OF ORDER: AN INCISIVE AND BOLDY ORIGINAL CRITIQUE OF THE NEWS MEDIA’S DOMINATION OF AMERICA’S POLITICAL PROCESS – T. E. Patterson. Vintage Books, 1994

I frame episodici e tematici, invece, sono sicuramente più utilizzabili dagli UGC poiché, come asseriva Iyengar "l'uso di frame dell'informazione episodici o tematici, condiziona il modo in cui gli individui attribuiscono la responsabilità alla politica"²⁴. Analogamente per quelli generali e specifici²⁵ e per i framing dei valori²⁶ in cui si enfatizzano particolari valori morali e sociali. In queste strutture si ritrovano facilmente i creatori, non professionisti, di contenuti.

²⁴ IS ANYONE RESPONSIBLE?: HOW TELEVISION FRAMES POLITICAL ISSUES – S.Iyengar. The University of Chicago Press, 1994

²⁵ ISSUE FRAMING AND PUBLIC OPINION ON GOVERNMENT SPENDING – W. G. Jacoby. <https://doi.org/10.2307/2669279>, 2000

²⁶ SWITCHING TRAINS OF THOUGHT: THE IMPACT OF NEWS FRAMES ON READERS' COGNITIVE RESPONSES – V. Price, D. Tewksbury, E. Powers. <https://doi.org/10.1177/009365097024005002>, 1997

CAPITOLO 2

Bias cognitivi e Bias di conferma.

Le persone oggi si documentano attraverso diverse fonti di informazione, basti pensare che esistono due opzioni: la stampa tradizionale e i media digitali. Entrambi vengono consultati per rimanere aggiornati sugli eventi che accadono in tutto il mondo: eventi legati alla politica nazionale e internazionale; quelli legati alla sicurezza e alla guerra; quelli legati all'economia e alla finanza, solo per citarne alcuni. Pertanto, per mantenere le persone aggiornate su questi cambiamenti, è necessario disporre di mass media ben organizzati e sviluppati. Molte analisi sui media stabiliscono che i media operano sull'opinione pubblica, attraverso i contenuti pubblicati, tutelando i propri interessi (linea editoriale). Pochissimi sono i contenuti che vengono condivisi preservando un giudizio oggettivo. Ciò rende la valutazione del fatto complesso poiché i contenuti forniscono strutture concettuali che possono sembrare contraddittorie per una stessa notizia²⁷. Quindi possiamo affermare che i media²⁸ sono strumenti importanti per influenzare l'opinione pubblica e far accettare ciò che gli editori vogliono. Ma questo non deve sembrare un fatto negativo perché i media comunque aiutano le persone a ottenere informazioni sui problemi che accadono nel mondo. Garantiscono un continuo servizio di aggiornamento sugli eventi e forniscono gli elementi per costruire opinioni e una capacità critica.

Tutto questo garantisce ai cittadini di rimanere sempre attenti e vigili su ciò che potrebbe cambiare la società e quindi la propria vita.

Sulla natura e l'applicazione dei bias di conferma ci sono ancora tante discussioni scientifiche che, tutt'oggi, evidenziano un problema di carattere epistemico soprattutto se si riconosce l'evoluzione del bias. Per offrire una spiegazione iniziale, diversi filosofi e scienziati hanno sostenuto che il bias è in realtà adattivo. In un racconto, uno qualsiasi di un

²⁷ http://www.opendemocracy.net/democracy-blair/blair_language_4205.jsp

²⁸ ROLE OF MEDIA IN REPRESENTATION OF SOCIOCULTURAL IDEOLOGIES IN AURAT MARCH (2019-2020) A MULTIMODAL DISCOURSE ANALYSIS. Baig F. Z., Umer S., Aslam M. Z., Razaq M. S., Akram N., Malik A., Iqbal Z. <https://doi.org/10.5539/ijel.v10n2p414>

fatto reale, il pregiudizio di conferma si evolve perché ci aiuta a influenzare le persone e le strutture sociali in modo che arrivino a corrispondere alle nostre convinzioni che, dunque, trasmettiamo a chi ascolta²⁹. Questa tesi può perfettamente testimoniare alcuni esempi che vedono gli UGC coinvolti nei processi di storytelling nelle comunità di appartenenza. Ad ausilio alla capacità espositiva classica, oggi vi sono strumenti tipici delle piattaforme digitali, quali: video, meme, infografiche, ecc. che amplificano la capacità di esporre e la capacità influenzare i pubblici durante la narrazione. E' importante sottolineare, però, che gli UGC non sono sempre individuabili in singoli profili fisici, no! Gli UGC possono essere anche identificati in pagine social, blog, media campaign o account con pseudonimi che, certamente, celano un profilo fisico, reale, che indica la strategia.

Nel mondo dell'informazione la funzione dei bias è stata affrontata in diverse discussioni ed elaborati scientifici proprio perché, lo studio della responsabilità dell'individuo, nel valutare la veridicità delle notizie, è determinante per comprendere le dinamiche che lo vedono coinvolto quando si attuano strategie di disinformazione attraverso la divulgazione di Fake News.

E' indubbio che le Fake News proliferano in rete e uno studio³⁰ condotto nel 2018, su 83 utenti iscritti a una stessa piattaforma di social media, ha voluto rilevare la difficoltà di costoro nel riconoscere quale fosse una notizia falsa e analizzare i fattori capaci di influenzare la cognizione e il giudizio.

A predominare è stato il pregiudizio di conferma, con la gran parte degli utenti incapaci di distinguere le notizie vere da quelle false. I profili analizzati hanno mostrato una maggiore attività cognitiva quando i titoli delle notizie erano in linea con le opinioni politiche personali e, dunque, più accettabili per preconetto. I titoli più lontani dalle opinioni personali innescavano una bassissima attività cognitiva e gli utenti, quindi, avevano meno probabilità di crederci. Provando a inserire un badge ai titoli fake in linea con le opinioni degli utenti, ha permesso di attivare una fase cognitiva associabile a un recupero della

²⁹ WHAT IS THE FUNCTION OF CONFIRMATION BIAS? – U. Peters, <https://doi.org/10.1007/s10670-020-00252-1>, 2020

³⁰ FAKE NEWS ON SOCIAL MEDIA: PEOPLE BELIEVE WHAT THEY WANT TO BELIEVE WHEN IT MAKES NO SENSE AT ALL – P. L. Moravec, R. K. Minas, A. R. Dennis. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3269541>, 2018

memoria semantica, costruzione di falsi ricordi o maggiore attenzione. Tuttavia, dato rilevante, questo badge non ha avuto effetto sui giudizi sulla verità e quindi è stato appurato che contrassegnare i titoli come falsi non ha influenzato le convinzioni degli utenti. Solo il 17% dei partecipanti è stato in grado di rilevare notizie false. In sintesi, dallo studio è emerso che la maggior parte degli utenti dei social media network non è in grado di comprendere se una notizia è vera o falsa e, spesso, si affida alla sorte, senza applicare criteri di riscontro e approfondimento della notizia.

Questo studio sui bias di conferma ci pone dinanzi a un quadro allarmante pur considerando, almeno in Italia, che se i Tg restano la principale fonte d'informazione, segue Facebook come piattaforma su cui i cittadini si informano secondo l'ultimo rapporto CENSIS³¹. Anche su scala globale vengono scelti i Tg come fonte primaria di informazione e il Digital News Report 2020³² del Reuters Institute evidenzia, inoltre, come anche nel resto del mondo i cittadini preferiscano internet e le piattaforme di social media come seconda fonte di informazione. Dal rapporto emerge un indice importante che riguarda i Paesi in cui gli utenti pagano per rimanere aggiornati e in cui, dunque, gli editori, in accordo, offrono un servizio di qualità per l'approfondimento delle notizie. Questo indice ritengo sia determinante poiché offre un ulteriore filtro di contenimento alle fake news per due ragioni: A) vi è un professionista dietro la costruzione del contenuto o un lavoro di redazione (fonte certa); B) il lettore paga per approfondire una determinata notizia di interesse e questo, indubbiamente, diventa supporto nel ruolo dei bias di conferma.

Proprio per la ragione (A) riscontriamo in uno studio scientifico³³ condotto nel 2019 e pubblicato su Journal of Management Information Systems, quanto la certezza della fonte possa essere un parametro necessario nella valutazione di una notizia fake o reale sulle piattaforme di social network. E' emerso che la fiducia di un utente in un articolo, condiviso nel suo network, ha influenzato gli altri utenti di quel network, portandoli a interagire con l'articolo (leggerlo, mettere mi piace, commentare e condividere). Anche in questo caso i

³¹ <https://www.censis.it/comunicazione/come-ci-si-informa-oggi-tra-vecchi-media-e-dispositivi-digitali>

³² <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/foreword-2020/>

³³ COMBATING FAKE NEWS ON SOCIAL MEDIA WITH SOURCE RATINGS: THE EFFECTS OF USER AND EXPERT REPUTATION RATINGS – A. Kim, P.L. Moravec, A.R. Dennis. <https://doi.org/10.1080/07421222.2019.1628921>, 2019

ricercatori hanno riscontrato che il bias di conferma ha giocato un ruolo importante: gli utenti erano più propensi a credere - e diffondere - articoli in linea con le loro convinzioni ma, nel complesso, i risultati hanno soprattutto dimostrato che la valutazione della fonte si è rivelata una misura efficace contro le notizie false e, dunque, necessaria nelle basi per i progetti sui meccanismi di valutazione.

Possiamo dunque affermare che c'è una correlazione matematica tra *confirmation bias* e *frame* che si manifesta attraverso la struttura della notizia e l'ottica di chi legge e, pertanto, moltiplicando i fattori si ottiene una diffusione esponenziale di una notizia falsa.

$$\frac{(\alpha) \times \text{Frame}}{(\beta) \times \text{Confirmation bias}} = \text{Fake News}^2$$

α = la capacità dell'UGC nel costruire il contenuto

β = la capacità dell'Utente di riconoscere la notizia falsa

In questa equazione α rappresenta l'abilità tecnica di chi costruisce una fake news mentre il *Frame* rappresenta la struttura sociale in cui viene divulgata la stessa fake news – β , invece, rappresenta la capacità di un utente/cittadino nel riconoscere la fake news e questa capacità va moltiplicata per il suo confirmation bias. Il rapporto tra queste variabili può generare una divulgazione esponenziale della fake news costruita da α .

Migliorare la deduzione nell'acquisizione di informazioni, attraverso i mezzi con cui vengono presentate le notizie, è importante. Ciò avviene anche grazie a una formazione adeguata e, quindi, con un buon livello culturale. La bibliografia in materia indica diverse strategie per migliorare, dunque, la capacità dei bias:

1. Presentare le informazioni in modo significativo.
2. Insegnare il significato di bias e campi di applicazione. Formare i cittadini a fare meglio.
3. Valutare i feedback. Analizzare i feedback è fondamentale per l'apprendimento.

L'importanza nel approfondire lo studio sui bias e su tutti gli altri temi della psicologia sociale e più dettagliatamente del comportamento dell'individuo, è sempre più una necessità nel contesto odierno. L'uomo ha da sempre manipolato immagini e fatti, basta pensare alle foto che hanno fatto il giro del mondo e hanno stupito tutti, come lo scatto delle piramidi di Giza che nel 1982 venne pubblicato sulla copertina del National Geographic o come la foto della bandiera rossa issata sul Reichstag a Berlino che fu modificata tantissime volte perché l'ufficiale sovietico indossava un orologio in un momento in cui, in Germania, circolavano notizie sui saccheggi russi nella capitale tedesca liberata. L'orologio fu rimosso a seguito di una indicazione del direttore dell'Agenzia TASS di Mosca e la foto che segue divenne una delle immagini più importanti del XX secolo.



Oggi giorno i software di elaborazione delle immagini riescono a fare miracoli e creare contenuti che possono mettere in crisi chiunque e, dunque, necessariamente, richiedono una verifica attenta che comporta tempi più lunghi e nuovi strumenti di fact-checking. Ma le sfide odierne vanno oltre l'immagine e nella società degli algoritmi e dei software di elaborazione grafica, si riescono a ottenere video completamente falsi in cui profili,

apparentemente reali, parlano e rilasciano dichiarazioni che possono mettere a rischio l'esistenza stessa dell'umanità. Le tecniche di deep-fake fanno esattamente questo. Il vero potere di chi produce deep fake è l'accesso a una tecnologia sofisticata che in precedenza era solo nelle mani di pochi professionisti che operavano negli studi hollywoodiani. Attualmente non è più così e la combinazione algoritmo – tecnologia – affari – basso livello culturale e non capacità di analisi, può far cadere un intero paese in uno stato di crisi o di emergenza. Proprio nell'ultimo conflitto in Ucraina sono stati generati contenuti deep fake per creare una narrazione e una contro narrazione che hanno contribuito a condizionare le dinamiche della guerra.



Tecniche di deep fake sono state usate per creare video, con tanto di voce ricostruita, sia per il leader russo Putin, sia per il leader Ucraino Zelensky. I contenuti, poi, sono stati diffusi attraverso i social media e sono arrivati ai militari al fronte e ai cittadini coinvolti nel conflitto influenzando i comportamenti e la relativa emotività. Questo rende perfettamente l'idea di quanto sia pericoloso non continuare a parlare di bias, capacità di analisi,

approfondimento e altre misure di contrasto ad azioni fake che mirano a raggiungere obiettivi che possono risultare catastrofici. In relazione a questa minaccia, i governi hanno assunto team di esperti che operano non solo sullo studio visivo del contenuto ma che lavorano anche sui metadati e su altre componenti digitali che descrivono la struttura del file che contiene il deep fake e anche la matrice che ha generato quel file, cosicché si possa capire la volontà strategica e la politica di chi lo ha commissionato.

CAPITOLO 3

Analisi del contesto odierno.

Da sempre, l'uomo ha rafforzato la sua identità e il suo sistema di valori e credenze grazie alle interazioni, basate sulla fiducia, con i propri simili. Queste relazioni hanno un ruolo fondamentale nel processo di formazione della nostra visione del mondo, siamo naturalmente propensi a scegliere le persone più vicine al nostro sistema valoriale, grazie alle quali, spesso, ci radicalizziamo nelle nostre convinzioni e restiamo felicemente ancorati alla nostra confort zone cognitiva.

Con la nascita delle piattaforme di social media network, il ruolo di filtro dei contenuti - svolto dalle redazioni fisiche - e da quello di intermediazione dei professionisti, vengono meno: tutti noi siamo diventati autori e fruitori di contenuti, quello che un tempo era lettore oggi diventa *prosumer*. Non siamo, dunque, più immersi in internet, ma costituiamo una sua parte, siamo pubblici connessi, siamo attivatori e, grazie al ruolo delle tecnologie, anche diffusori delle informazioni che, perennemente, definiscono l'aspetto digitale e reale in un'unica realtà integrata e irreversibile³⁴.

“Il nostro modo di abitare il mondo e di conoscerlo si struttura attorno ad un universo connesso e quindi sempre più dipendente da questo stato di permanente interconnessione –

³⁴ LA QUARTA RIVOLUZIONE – L. Floridi. Raffaello Cortina Editore, 2017

reale o potenziale – che influisce e si riverbera su ogni aspetto della nostra vita, dal modo di relazionarci gli uni agli altri, al pensare e realizzare nei contesti più disparati organizzativi, educativi, e anche informativi e dell'intrattenimento. Emerge, dunque, un terreno culturale in cui sono intrecciate in modo nuovo tecnologie, forme relazionali e apparato bio – cognitivo”⁸.

I soggetti “connessi” non solo consumano informazione ed intrattenimento, ma partecipano, producono, distribuiscono, condividono nuove forme culturali. E’ quella che Castells³⁵ chiama *self mass communication* per designare questa fase della società dell’informazione in atto, in cui, gli utenti o users della rete non sono più spettatori che contribuiscono a definire l’opinione pubblica, ma sono essi stessi a produrre una nuova società, svincolandosi dalle canoniche istituzioni e riproponendo, nello scenario on line, atteggiamenti e avvenimenti simili a quelli tradizionali off line. Van Dijck³⁶ ci ricorda che le piattaforme non causano una rivoluzione negativa, piuttosto stanno progressivamente infiltrando e convergendo con le istituzioni (offline tradizionali) e le dinamiche classiche che strutturano, sul piano organizzativo, le società democratiche. È per questo che preferiamo il termine “*platform society*”- un’espressione che enfatizza l’inestricabile relazione tra le piattaforme online e le strutture sociali. Le piattaforme non riflettono il sociale: producono le strutture sociali nelle quali viviamo. Le piattaforme non sono costrutti neutrali, presuppongono norme e valori specifici che sono ascritte alle loro architetture e alle loro policy.

Nel contesto digitale nel quale siamo immersi, i modelli di interazione tra simili e il modo con cui “scegliamo” le informazioni e costruiamo le nostre opinioni, sono radicalmente mutati, ma di fatto seguono percorsi che sempre ci hanno portato a polarizzarci su alcune posizioni. L’accettazione da parte di un gruppo, l’atteggiamento narcisistico che ci porta a cercare conferme di noi stessi negli altri, la ricerca di ambienti confortevoli nei quali manifestare la nostra identità senza remore, la paura di confrontarci con narrative diverse

³⁵ COMUNICAZIONE E POTERE – M. Castells. Università Bocconi Editore, 2009

³⁶ PLATFORM SOCIETY – J. Van Dick, T.Poell, M.De Wall. Guerini Scientifica, 2019

da quelle a cui siamo affezionati, lo slancio emotivo con cui scegliamo da che parte stare, l'attenzione selettiva che ci spinge alla semplificazione piuttosto che all'approfondimento e alla complessità, sono pratiche che non esercitiamo più (o non solo) al bar, nelle sezioni di partito, nelle piazze, ma in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo senza limiti di spazio e di tempo nell'infosfera³⁷, con il "supporto" del *bias algoritmico* che ci propone un mondo a nostra misura, solo per noi, in cui vogliamo tornare perché è un mondo confortevole, fatto per "migliorare la nostra esperienza" che arricchisce la visione che abbiamo di noi stessi facendoci sentire accettati e mai soli. Tutto ciò accade a un ritmo frenetico, un ritmo che aumenta con l'aumento delle opportunità digitali che caratterizzano il mondo iperconnesso e sempre meno reale. E se solo pochi mesi fa si parlava di infosfera, adesso si parla di metaverso come nuovo paradigma che rivoluzionerà la vita dell'uomo dopo l'avvento di internet. Certo è presto per avere riscontri scientifici sul cambiamento sociale attuato dal metaverso e il mondo accademico, in questo momento, si divide tra scettici e fiduciosi. Sicuramente è in atto una grande operazione commerciale promossa dalla società META che dopo aver dato vita a piattaforme come Facebook e WhatsApp, ha deciso di reinventarsi completamente. Questo però rende l'idea di quanto sia forte l'esigenza di nuove scoperte legate al digitale in questa era. Ciò deve far riflettere poiché tutto ciò si riflette nella nostra quotidianità organizzata dai grandi imprenditori del digitale. META, AMAZON, GOOGLE, MICROSOFT, APPLE e altre società che gestiscono, realmente la nostra vita attraverso, dati, profilazioni, contenuti, influenze psicologiche e nuove logiche di vivere il commercio o l'assistenza sanitaria, ad esempio. Abbiamo bisogno che ad abitare questo pianeta astratto vi siano umani capaci di accettare velocemente le nuove opportunità, che capiscano velocemente la minaccia o la potenzialità, che sappiano costruire una capacità critica e di analisi. C'è bisogno di saper discernere le informazioni utili da quelle futili mentre si vive sotto in bombardamento di notizie e input che generano confusione e ci portano sempre più ad essere multitasking. Ecco allora che le strutture che organizzano la nostra società, anche secondo la teoria funzionalista, hanno il dovere di farsi trovare pronte e reattive. C'è la paura che se così non fosse allora l'intero equilibrio sarebbe

³⁷ PENSARE L'INFOSFERA – L. Floridi. Raffaello Cortina Editore, 2020

esposto al rischio di subire sollecitazioni esterne pericolose per tutta una nazione, ad esempio. Ma questo vale per piccole comunità o grandi comunità, i presupposti sono gli stessi, le necessità di adeguarsi al cambiamento in un tempo breve sono analoghe. Nel prossimo sotto capitolo guarderemo alla Pubblica Amministrazione in Italia, alla condizione in essere e al rischio da evitare.

La Pubblica Amministrazione in Italia: comunicazione e ICT

La comunicazione pubblica in Italia riconquista la sua importanza agli inizi degli anni 90. Tangentopoli, infatti, fa emergere una realtà in cui la pubblica amministrazione non si basava su elementi essenziali per la vera utilità a cui era chiamata a rispondere e cioè trasparenza, ascolto, efficacia, ma rappresentava un sistema buio in cui il malaffare organizzava le tornate elettorali e gli interessi di pochi a discapito dei cittadini. Lo scandalo nazionale scuoteva l'opinione pubblica e muoveva i media mainstream ad assumere un nuovo metodo di raccontare un capitolo brutto del nostro Paese che avrebbe, negli anni avvenire, cambiato il modo di amministrare i beni pubblici. Il decennio 1990 – 2000, al contempo, veniva caratterizzato da una proliferazione dei nuovi media digitali e in Italia diventava sempre più fiorente il mercato delle tv on demand. La necessità di riacquistare fiducia nei cittadini portò le istituzioni ad aprire le porte alla comunicazione pur di costruire un dialogo e mostrarsi pronti ad ascoltare le istanze del territorio e le problematiche legate allo sviluppo sociale, economico e culturale. Questa scelta, difatti, inaugurò un nuovo percorso basato, appunto, sulla comunicazione come volano della pubblica amministrazione. Infatti, le riforme promosse dagli anni 90 in poi, saranno basate su nuove prospettive quali la fruibilità dei dati, la sburocratizzazione, la trasparenza, il racconto delle azioni pubbliche centrali e periferiche. Un decennio importante, almeno per quel che riguarda la comunicazione pubblica, che suscitò molte aspettative tra i cittadini e che, come vedremo, li avvicinerà di più alla vita amministrativa del Paese. Dal 2000 in poi, la partecipazione dei cittadini alla vita amministrativa e a quella politica, sarà ancora più forte e continua grazie alla nascita dei social network sites.

Noteremo infatti come il graduale accostamento dei cittadini alla vita politica e sociale del Paese avverrà nella seconda e nella terza fase degli Internet Studies dove la rete prima verrà gestita come un luogo di aggregazione (anni 90) e successivamente come parte della vita quotidiana delle persone (dal 2000 a oggi). La rete quindi come luogo di confronto e di partecipazione attiva alla vita del Paese. Saranno anni questi in cui gli elettori troveranno

nuovi stimoli e nuove forme di aggregazione e coinvolgimento. Non più spettatori latenti ma protagonisti capaci di influenzare una scelta o promuovere un progetto su larga scala. Saranno gli anni delle E-democracy. Dagli Stati Uniti all'Europa le piattaforme social, il web e la digitalizzazione degli ecosistemi sociali cambieranno totalmente il modo di fare politica e di interagire a tutti i livelli. La ventata di innovazione in tempi rapidi stravolgerà anche i protocolli tradizionali a cui le massime istituzioni erano abituate. Il classico comunicato stampa letto, riletto e approvato si trasformerà in un tweet di 180 caratteri mentre la firma necessaria per un incarico politico o per un documento ufficiale, sarà sostituita da una firma elettronica o da una verifica biometrica. Una rivoluzione iniziata venti anni fa e ancora in atto. Un cambiamento epocale che ha però riservato anche il lato scuro della luna. In alcuni paesi, infatti, la partecipazione digitale ha dato vita a tumulti di piazza, insurrezioni, vere e proprie rivoluzioni capaci di far cadere dittature e governi.

Ho voluto scrivere queste righe sulle rivoluzioni nate grazie alla rete per evidenziare l'importanza della digital life. La stessa censura di internet o di specifiche piattaforme in alcuni paesi del mondo, lascia intendere come queste possano essere una minaccia per la stabilità di regimi e governi.

Diversamente le istituzioni e le organizzazioni governative dei paesi democratici seguiranno la scia del cambiamento giunto da oltreoceano adottando l'opportunità digitale come uno strumento a favore della libertà dei popoli.

Saranno la politica e i media a trainare la trasformazione digitale e successivamente verranno coinvolte istituzioni e organizzazioni private. Questo perché spesso, l'establishment, almeno in Italia, è caratterizzato da un groviglio di norme e regolamenti che rallentano i processi di cambiamento anche se questi sono di portata mondiale e si traducono in benefici per le casse e per i cittadini. Basta pensare che tutt'oggi, nel nostro Paese, mancano nuove leggi capaci di disciplinare l'ordinamento civile 4.0. Mi viene in mente la legge 150 del 2000 in materia di comunicazione pubblica o la legge 212 del 1956 che regola la propaganda elettorale. Sono solo alcuni esempi normativi ma ne esistono tantissimi altri che testimoniano la lentezza della trasformazione locale, su scala

globale che arresta la nostra crescita mentre altri paesi corrono. Questa impasse giuridica che riguarda l'organizzazione governativa con tutte le sue articolazioni, è uno dei motivi principali che causa, spesso, confusione anche nella gestione dei protocolli di comunicazione: quello politico e quello istituzionale.

Entrando dunque nel merito delle due aree ci accorgiamo che, troppe volte, la struttura istituzionale non si attiene ai parametri della comunicazione pubblica e casca nel "tranello stampa". Per descrivere meglio questo vulnus è bene premettere che esistono due compagini dell'infrastruttura istituzionale: la compagine tecnica e quella politica. La compagine tecnica è rappresentata da articolazioni quali: il Poligrafico Zecca dello Stato, lo Stato Maggiore della Difesa, la Corte dei Conti, Cassa Depositi e Prestiti, l'Istituto Superiore di Sanità, l'ISTAT ecc. Mentre la compagine politica è rappresentata da tutti i dicasteri, dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, dalla Camera dei Deputati e dal Senato della Repubblica. Anche se questi ultimi assurgono al ruolo altamente istituzionale sono però guidati da esponenti politici che indicano la strategia di mandato. A garantire l'integrità istituzionale di queste ultime articolazioni sono i segretari generali che in buona fede e grazie all'altissima preparazione e all'onestà intellettuale, si adoperano affinché non vi siano commistioni tra l'organizzazione di palazzo e quella di mandato. Nonostante l'impegno profuso da questi massimi dirigenti dello Stato accade però, soprattutto nella sfera dell'informazione, che si verifichi il "tranello stampa". Ad esempio: può la pagina ufficiale del comune di roccacannuccia condividere il post del sindaco di roccacannuccia che invita i giovani cittadini a non abusare dell'alcool e lo fa attraverso una foto che ritrae sullo sfondo il simbolo del partito? Può la Presidenza del Consiglio pubblicare sulla home page istituzionale un articolo in cui il premier italiano promuove il made in Italy e lo fa con una foto che ritrae un noto imprenditore italiano che finanziava pregresse campagne elettorali del presidente del consiglio? Ecco, questi episodi sono accaduti o possono ancora accadere, nonostante sia massima l'attenzione dei segretari generali o dei capi uffici stampa dei palazzi. I "tranelli stampa" non sono cosa di poco conto se si pensa alla forte influenza che un'immagine può generare o quanto il messaggio possa essere fuorviante per il lettore.

Spesso a generare questi tranelli sono gli addetti stampa/portavoce delle massime cariche politiche che affrontano il mandato. E' infatti nell'interesse di questi professionisti dell'informazione al servizio dei politici, usufruire pienamente della macchina dell'informazione di palazzo sia per l'amplificazione del leader sia per conquistare nuovi pubblici. Accade infatti spesso che tra un portavoce e un capo ufficio stampa nascano dei dissapori dovuti proprio alla separazione dei linguaggi: da una parte quello politico e dall'altra quello istituzionale.

Cosa diversa è nella compagine istituzionale tecnica dove i capo ufficio stampa o gli addetti stampa, non subiscono pressioni o fraintendimenti poiché l'obiettivo unico è amplificare la struttura e il suo operato. Questo accade perché spesso chi è la guida non ha un portavoce, non ha una carriera politica e non avverte l'esigenza di comunicare le attività relative al proprio incarico. Infatti, in queste realtà, si esprime al meglio la funzione della comunicazione istituzionale.

Affrontato il tema del "tranello stampa" non possiamo non ribadire quanto sia necessario un documento che disciplini la comunicazione istituzionale nel contesto odierno. Riferimenti bibliografici ne esistono ma nessuno di questi descrive la giurisprudenza da seguire e soprattutto l'etica da adottare. Allo stato attuale è lasciato al buon senso dei giornalisti/professionisti della comunicazione, dirigere senza riferimenti normativi adeguati. L'unico strumento legislativo risale al 2000 con la legge 150. Da allora sono passati 20 anni e la trasformazione delle società è la più veloce di sempre.

Vi è un altro nodo importante da affrontare nella società delle piattaforme: Si può parlare di marketing nella comunicazione istituzionale?

Qual è lo scopo della comunicazione istituzionale e quale quello del marketing? La comunicazione istituzionale si pone l'obiettivo di garantire ai cittadini che vengano informati sull'attività della pubblica amministrazione attraverso un servizio chiaro, accessibile a tutti e gratuito. Il marketing è un'appendice dell'economia che si occupa di analizzare un mercato e sviluppare una strategia o verso l'acquirente o verso il venditore.

Questo include dunque, se parliamo di informazione, la mercificazione di un contenuto, di una notizia, di un progetto. Nulla quæstio se trattiamo il marketing in un'attività politica, cosa diversa è se lo facciamo in un'attività istituzionale. Come anticipavo la società delle piattaforme in cui viviamo ci consente di navigare gratuitamente nel mare magnum digitale dove oggi sono presenti tutte le articolazioni dello Stato. Al Marketing più classico, quello legato ai mercati, vi è un nuovo concetto di marketing che tratta i dati e gli indici di gradimento ed è il marketing degli analytics. Si apre dunque un nuovo mercato dove vi è comunque uno scambio e una trattativa sviluppata grazie alle strategie e i guadagni non sono solo economici ma anche di gradimento e popolarità.

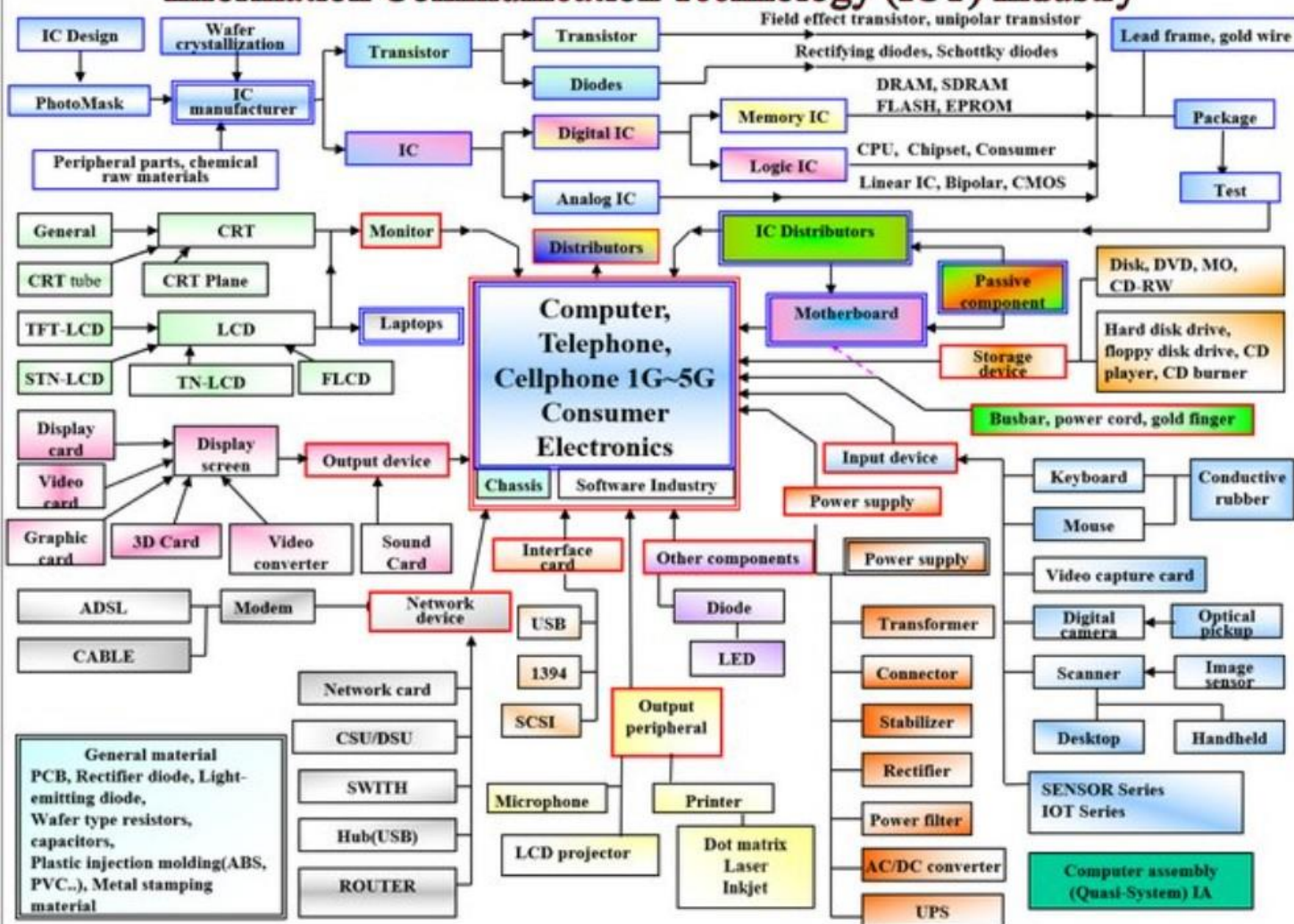
L'argomento è vasto e richiede diverse focalizzazioni e confronti in un momento in cui si parla molto di marketing politico. Proviamo quindi a fare un esempio esemplificativo che lascia spazio a domande e confronti futuri. Durante l'emergenza da COVID-19, il Presidente del Consiglio dei Ministri, Autorità di governo deputata a informare il Paese sugli sviluppi di una pandemia, più di una volta ha preferito parlare alla nazione attraverso una piattaforma di social network site: Facebook. La diretta live dalla pagina ufficiale di Giuseppe Conte è stata condivisa da migliaia di italiani e istituzioni che in quel momento delicato si riunivano intorno al capo del governo. Questa scelta ha permesso un incremento esponenziale notevole in traffico garantendo un engage straordinario alla pagina ufficiale di Giuseppe Conte. In poche ore si è passati da meno di 2 milioni di fans a oltre 3 milioni di fans. Un successo di popolarità e numeri che rispondono, appunto, alla voce marketing. Ma è corretto tutto questo? Perché non utilizzare il servizio pubblico nazionale? Si può rincorrere l'engage in un momento di emergenza nazionale e preferire una piattaforma privata estera al servizio pubblico nazionale? Con un'offerta multimediale a disposizione perché dare priorità a una pagina personale e non istituzionale?

Ecco, le domande sono tante e richiedono risposte strutturate.

Appurato dunque il quadro della comunicazione pubblica in Italia e la grande esigenza di introdurre una tecnologia che protegga e certifichi la mole di notizie che escono copiose dai palazzi e descritto il rapporto con le piattaforme di social media sia per quel che riguarda la

grammatica politica, che per quel che riguarda la grammatica istituzionale, notiamo che emerge, notevole, il fatto che la PA non abbia ancora adottato a pieno regime le nuove opportunità che arrivano dal mondo delle ICT (Information and Communication Technologies). Questo per diverse ragioni, una su tutte la lentezza che caratterizza la pubblica amministrazione nei processi di cambiamento e nella valutazione delle nuove opportunità. Questo rappresenta sì un problema ma anche un merito se si pensa alla responsabilità che si adotta nei confronti dei cittadini.

Information Communication Technology (ICT) Industry



Parlare di ICT nella PA non è però più imprescindibile perché oltre alla trasformazione della società e dei processi di comunicazione vi è l'aspetto normativo e le politiche internazionali a porci obblighi nell'adozione delle nuove tecnologie e nell'affrontare le nuove sfide. Infatti, guardando alle fasi diacroniche della trasformazione in corso, ci accorgiamo come l'innovazione digitale abbia caratterizzato i cambiamenti normativi anche all'interno della Funzione Pubblica. Ad esempio l'11 febbraio 2005 veniva approvato il DPR n. 68 che oggi disciplina la Posta elettronica certificata (PEC).

E ancora, il DL del 7 marzo 2005, n. 82, - sanciva i diritti dei cittadini della moderna società della conoscenza e richiede alle amministrazioni di adoperarsi per il rispetto di questi diritti, rimuovendo gli ostacoli alla piena adozione di modalità operative telematiche snelle, efficaci, orientate al cittadino ed alle sue esigenze (Codice dell'amministrazione digitale).

Anche la Commissione europea rimodernò il decennio scorso il linguaggio approvando il documento i2010 eGovernment Action Plan, che fissava in cinque obiettivi prioritari, le azioni da compiere:

1. non lasciare indietro nessun cittadino;
2. fare dell'efficienza e dell'efficacia una realtà;
3. sviluppare servizi chiave ad alto impatto;
4. rendere disponibili gli strumenti abilitanti;
5. rafforzare la partecipazione democratica.

CAPITOLO 4

Fake news e tecnologia al servizio dell'informazione.

La questione delle fake news, come descritto in introduzione, è diventata molto importante nell'era di una comunicazione veloce e alla portata di tutti. L'era della postverità in cui fatti oggettivi sono meno rilevanti rispetto alle emozioni e alle convinzioni e in cui proliferano le fake news. Il potere che assume la comunicazione, oggi, di fuorviare e disinformare, è ormai noto in tutto il mondo. Non è dunque solo la notizia falsa a preoccupare, bensì i mezzi con cui questa viene rapidamente diffusa. Il web, come anche le piattaforme di social media (Facebook, Twitter, Instagram) o i cluster chiusi come i servizi di instant messaging (WhatsApp, Telegram, Signal), diventano un terreno fertile per la divulgazione di fake news. Ad amplificare il problema subentrano i processi tecnologici sviluppati sugli algoritmi o sui bot, capaci, in entrambe le opzioni, di manipolare l'informazione o pilotare una notizia attraverso specifiche strategie. A questa applicazione della tecnologia risponde la stessa tecnologia, attraverso lo sviluppo di software capaci di intercettare le fake news. La corsa a questi software, però, è appena iniziata e bisognerà dar tempo agli sviluppatori di progettare idonee contromisure capaci di operare senza l'intervento dell'uomo. Per ora, dunque, è necessario l'ausilio umano anche se finalmente si inizia a parlare di tecnologia, appunto, come antidoto alle fake news in un mondo sempre più informatizzato. Vediamo allora come i social network site e i motori di ricerca stessi, stanno compiendo molti sforzi per individuare ed evidenziare le notizie false. Facebook, ad esempio, ha investito molto sulla tematica fake news aprendo nuovi spazi di lavoro e offrendo agli utenti diversi strumenti per segnalare eventuali fake. Inoltre, la stessa piattaforma, ha sviluppato collaborazioni interessanti con le maggiori testate mondiali e con migliaia di giornalisti, certificando, con un badge di colore blu, la loro identità digitale. Anche Google ha dichiarato guerra alle fake news aumentando i filtri per le pubblicità e per i siti web. Inoltre,

Google Digital News Initiative³⁸, sta creando programmi per aiutare gli utenti a verificare le informazioni da soli grazie al sito Factmata³⁹, ad esempio. È dunque apprezzabile lo sforzo, finalmente, che i big mondiali del digitale stanno affrontando, ma tutto questo non basta davanti a un fenomeno che cresce esponenzialmente e che non vive solo su grandi piattaforme ma si insidia anche attraverso altre opportunità digitali. Oggigiorno però, chiunque voglia fare una verifica della notizia, può usufruire di un interessante numero di siti specializzati che fanno il loro lavoro per scoprire se una storia, didascalia o titolo è vero o falso. Sarebbe opportuno infatti, prima di condividere qualsiasi cosa con gli altri, verificare attraverso uno dei tanti siti l'attendibilità della notizia. Snopes⁴⁰, ad esempio, gestisce un elenco di siti Web di notizie false note. Un archivio sempre aggiornato per offrire una rapida risposta a tutti. Anche SpiralViral offre ottimi risultati su informazioni messe in discussione. Elenca tutte le domande, risponde all'utente e pubblica sul proprio sito. Ma per far sì che questo avvenga, che i cittadini adottino queste abitudini, ci sarà bisogno di un lungo percorso educativo e di una strategia che investa sulla Media Literacy. I siti di notizie false, dunque, prendono di mira maggiormente le comunità che si allineano con quello tipo di notizia falsa. Usano il potere dei social network site dove gruppi e comunità si organizzano nella digital life. Inizialmente le fake news, soprattutto sulle piattaforme di social media, erano facilmente riconoscibili poiché erano caratterizzate da stessi elementi quali il carattere, lo stile di scrittura e la rete che rilanciava il contenuto. Il problema si è intensificato quando le tecniche di costruzione di una notizia bufala si sono evolute, basterebbe pensare alle deep fake che sono andate oltre la notizia falsa ai quali tutti eravamo abituati. A questo perfezionamento bisogna aggiungere la quantità di piattaforme nate dopo la seconda fase degli internet studies. La moltitudine di social network site ha contribuito, indubbiamente, a una maggiore proliferazione di fake news. A queste proposte digitali si associa la capacità di raccolta di informazioni resa possibile grazie a una maggiore possibilità di sfruttare la potenza del computer per raccogliere e analizzare enormi quantità di dati. Queste opportunità sono utilizzate dalle istituzioni, dagli

³⁸ <https://newsinitiative.withgoogle.com/dnifund/>

³⁹ <https://factmata.com/>

⁴⁰ <https://www.snopes.com/>

inserzionisti, dai sondaggisti e dai politici. Si tratta di una ulteriore e innovativa tecnologia: i Bot. Questi Bot raccolgono le informazioni, le trasformano in codici e possono essere utilizzati al momento opportuno, automaticamente, appena ricevono un input specifico. Ad esempio, un bot può essere programmato per cercare in rete particolari parole o un insieme di parole. Quando il bot trova la parola o le parole che sta cercando, la sua programmazione prende nota della posizione di quelle parole e avvia un processo di interazione con quel cluster. Ci sono quattro lavori principali che i bot fanno: I robot "buoni" eseguono la scansione del Web e trovano i contenuti di un sito Web da inviare ad applicazioni mobili e web affinché gli utenti possano ricevere un buon servizio. Cercano informazioni che consentano il posizionamento e le decisioni che devono essere prese dai motori di ricerca. Dove l'utilizzo dei dati è stato autorizzato, gli stessi dati sono raccolti dai bot "crawler" per fornire informazioni ai marketer (profilazione). Poi ci sono i bot di monitoraggio che possono seguire la disponibilità del sito Web e monitorare il corretto funzionamento delle attività online. Questo tipo di raccolta di dati è utile a coloro che vogliono sapere, ad esempio, quante persone hanno guardato i contenuti che sono stati condivisi. I bot buoni convivono nel mondo cyber, con quelli "cattivi". I robot cattivi non vengono utilizzati per scopi benevoli ma piuttosto per attivare azioni di spam per rubare i dati degli utenti o per manipolare, appunto, l'opinione pubblica. Questo processo rende i bot capaci di nuocere, disinformare ed estorcere. Il "Rapporto sul traffico dei bot 2016" afferma che circa il 30% del traffico su internet proviene da bot maligni. Inoltre, dei 100.000 domini studiati per il rapporto, il 94,2% ha sperimentato almeno un attacco bot nel periodo dei novanta giorni di monitoraggio⁴¹. Perché dunque i robot dannosi sono progettati, programmati e impostati per attivarsi su comando? Esistono strategie atte a potenziare, artificialmente, la popolarità. Questo vale, ad esempio, per le organizzazioni politiche o governative che hanno interesse ad influenzare l'opinione pubblica. Fare dunque affidamento ai social media, come unica fonte di notizie politiche, può esporci di più a una manipolazione. Proprio nei social media i bot vengono utilizzati per raccogliere

⁴¹ "BOT TRAFFIC REPORT 2016," IMPERVA INCAPSULA BLOG, Zelfman I., 2017, <https://www.incapsula.com/blog/bot-traffic-report-2016.html>

informazioni che potrebbero interessare un partito o un marchio in caso di marketing aziendale. Il bot esegue la scansione su internet per catturare informazioni simili a quelle che un individuo ha visto durante la sua navigazione in rete. Utilizzando parole chiave e hashtag, un sito web può poi attirare i bot che cercano informazioni specifiche per rilanciarle all'utente. Ora, definita l'attività dei bot, è bene sottolineare che questi software non sono affatto interessati alla verità o alla menzogna delle informazioni. Altri social bot sono algoritmi informatici sviluppati per produrre automaticamente contenuti e interagire con gli utenti sui social network, cercando di emulare e possibilmente alterare, il comportamento in rete dell'utente stesso. I social bot possono anche avviare anche attività di spam malware e operazioni di diffamazione attraverso un'opera di disinformazione o o anche generare rumors intorno a un evento, alterando il fatto stesso.

Tecnologia blockchain Per l'informazione.

La tecnologia blockchain è sicuramente una soluzione affidabile che si pone l'obiettivo di ricostruire un rapporto di credibilità nelle diverse società⁴². Questa innovazione può indubbiamente rivedere i modelli di fiducia che si instaurano tra persone e macchine. Pensiamo, ad esempio, al trasferimento di valori, ai canali su cui viaggiano i flussi di denaro e sul ruolo di intermediazione che svolgono le attuali piattaforme: Siti internet, marketplace, blog, piattaforme di social media come Facebook. L'applicazione della tecnologia blockchain sarà sicuramente efficace per aumentare i parametri di sicurezza e affidabilità nelle operazioni di compravendita. Una tecnologia che oggi richiede però alti costi e una struttura digitale complessa. La blockchain può trovare applicazione in tanti contesti sociali fino a diventare un modello per la governance di un'intera società digitalizzata. Fatta questa premessa, vediamo come per l'informazione tradizionale e quella digitale, non è possibile, almeno per ora, avvalersi di questa tecnologia a cui tutti i media vorrebbero, però, ricorrere.

I professionisti che operano nel settore delle innovazioni tecnologiche, come ad esempio il settore dell'Intelligenza Artificiale (AI) o quello del Deep Learning (DL), sono riusciti a limitare, nel corso del tempo, la diffusione di contenuti falsi. Tuttavia l'autenticità e l'integrità di qualsiasi contenuto, che contenga notizie, pone ancora tante domande e dubbi nonostante l'uso di tali soluzioni. Oltre alle nuove opportunità esistenti, di cui sopra, utilizzate per frenare l'uso e la diffusione di notizie false, sta trovando molto spazio nel panorama delle tecnologie proprio la Blockchain. Questa piattaforma è di natura decentralizzata e gode di altissimi livelli di protezione e aiuta, sicuramente, a risolvere il problema di autenticità nel caso si riscontrasse un contenuto falso all'interno della superficie organizzata e gestita dalla tecnologia in questione. Ci sono poche ricerche e documenti scientifici esistenti che avvicinano la tecnologia blockchain al mondo dei media, ancor di meno sono quei lavori accademici che associano la tecnologia alle fake news.

⁴² AI BLOCKCHAIN PLATFORM FOR TRUSTING NEWS - Z. Shae, J. Tsai. 39th International Conference on Distributed Computing Systems (ICDCS), 2019

Seppur la Blockchain promette di essere una tecnologia estremamente affidabile e forte, come soluzione al problema delle fake news grazie al suo design P2P sicuro, a prova di manomissione.

Per gli editori e coloro che vivono di giornalismo nell'era digitale, tutto è diventato più complesso in relazione a diversi aspetti che hanno reso più spietato e difficile questo settore, soprattutto per quel che concerne l'aspetto economico finanziario. Basti pensare che il 93% degli adulti, negli Stati Uniti, riceve una parte di notizie da una sola fonte online, gratuita, mentre le altre notizie che vengono visualizzate hanno un costo di circa dieci centesimi di dollaro a contenuto. La maggior parte delle notizie che vengono prodotte, sia dai portali/siti/blog che dalle testate, vengono poi rilanciate dalle stesse piattaforme di social media e si usano, per tutti, strategie per arrivare a più utenti possibili col fine esclusivo di monetizzare. L'83% dei notiziari digitali offre anche il servizio di newsletter, l'86% ha una presenza ufficiale su Apple News, il 71% pubblica podcast e quasi tutti hanno una presenza sulle piattaforme di social media. Il numero di siti web e di notizie, in tutto il mondo, è pari a circa 2 miliardi e cresce di secondo in secondo, il che significa che i dollari pubblicitari vengono distribuiti su una vasta rete di testate digitali in competizione per le visualizzazioni. Considerando dunque che oltre il 90% delle startup in internet finisce con un fallimento, è chiaro che gli attuali sistemi di entrate non ha un buon fine per la stragrande maggioranza delle notizie pubblicate. Per qualsiasi articolo online, l'idea che gli utenti paghino in base all'articolo, è attraente, piace agli editori. Questi micropagamenti ricompenserebbero gli autori per essere riusciti ad attrarre il lettore e consentirebbero alle testate di rompere i rapporti di dipendenza dalla pubblicità che spesso, per accordi commerciali, condizionano la linea editoriale. Se il pubblico si dimostra disposto ad abbracciare questo sistema per gli articoli per i quali vale la pena pagare modesti importi, la tecnologia blockchain sarebbe in grado di elaborare automaticamente e immediatamente i pagamenti.

Proprio in relazione a questa affidabilità e velocità, la blockchain è stata al centro di un progetto di ricerca promosso dal New York Times, volto a rendere "le origini dei contenuti giornalistici più chiari per i lettori". Così venne pubblicata la notizia⁴³: *"il Times ha lanciato quello che chiama The News Provenance Project⁴⁴, che sperimenterà modi per combattere la disinformazione nei media. Il primo progetto si concentrerà sull'utilizzo di una blockchain, in particolare una piattaforma progettata da IBM per dimostrare che le foto sono autentiche"*. Purtroppo, però, da allora, la promessa non è stata mantenuta: utilizzare la tecnologia blockchain, per dimostrare l'autenticità dei contenuti giornalistici, per molto tempo è stata considerata una soluzione possibile, applicabile al mondo dell'informazione, ma fino ad oggi, i tentativi provati, non hanno ottenuto efficacia⁴⁵. Questo tentativo, relativo all'informazione e all'applicazione della tecnologia avanzata blockchain, è uno dei pochissimi esempi che la bibliografia offre. Gli studiosi di scienze sociali e di scienze computazionali, sono però impegnati nella lotta alle fake news: primo per scoprire i meccanismi che ci rendono vulnerabili alla disinformazione, secondo per escogitare strategie efficaci per contrastare la disinformazione⁴⁶. Questo studio, da me promosso, intende continuare su questo indirizzo, ampliando la documentazione che associa le tecnologie avanzate alle insidie dell'informazione.

⁴³ <https://open.nytimes.com/introducing-the-news-provenance-project-723dbaf07c44>

⁴⁴ <https://www.newsprovenanceproject.com/>

⁴⁵ <https://www.technologyreview.com/2019/07/25/65533/the-new-york-times-thinks-a-blockchain-could-help-stamp-out-fake-news/>

⁴⁶ FIGHTING FAKE NEWS: A ROLE FOR COMPUTATIONAL SOCIAL SCIENCE IN THE FIGHT AGAINST DIGITAL MISINFORMATION – G. L. Ciampaglia, [10.1007/s42001-017-0005-6](https://doi.org/10.1007/s42001-017-0005-6), 2017

Tecnologia QR Code e l'informazione.

Un codice QR è un tipo di codice a barre a matrice o bidimensionale, in grado di memorizzare informazioni o dati. E' progettato per essere letto dagli smartphone ma anche da altri lettori ottici. Letteralmente l'acronimo significa Quick Response Code – Risposta Rapida poiché il contenuto del codice dovrebbe essere decodificato molto rapidamente. Il codice è composto da moduli neri disposti su un quadrato con sfondo bianco. Le informazioni codificate possono contenere un testo, una URL o altri dati. La popolarità dei codici QR sta crescendo rapidamente in tutto il mondo e trova applicazione, oramai, in molti settori. La tecnologia è stata creata dalla controllata Toyota Denso Wave nel 1994⁴⁷ ed è stata inizialmente utilizzata per il monitoraggio dell'inventario di parti di veicoli. Come scrivevo, oggi il utilizzo è vasto e possiamo trovare QR Code nel mondo industriale, istituzionale, per il monitoraggio commerciale, nel mercato dell'intrattenimento, nel settore delle costruzioni e in tutti quei servizi che i cittadini utilizzerebbero attraverso l'uso di un device con fotocamera integrata. Gli utenti, infatti, in un ristorante o in banca, possono aprire l'URL o ricevere comunicazioni di servizio o informazioni, dopo aver scansionato il QR code. Attualmente è facile produrre questi codici, esistono molti siti e APP in grado di generarne. Questo permette un miglioramento dei servizi e un risparmio di materia prima come la carta, ad esempio.

Attualmente questa tecnologia non trova larga applicazione nel mondo dell'informazione e non viene utilizzata come certificazione di un documento o di una fonte che genera una notizia, per la poca sicurezza che garantisce. Più volte, infatti, il QR Code è stato utilizzato per frodare o trarre in inganno soggetti affascinati dal codice innovativo che veniva utilizzato, però, come esca da cyber criminali e quindi in modo illecito⁴⁸.

La bibliografia scientifica non offre nulla su questa tecnologia associata al mondo del giornalismo e, a parte trovare il codice all'interno di qualche rivista e o giornale che

⁴⁷ AN INTRODUCTION TO QR CODE TECHNOLOGY. Tiwari S. DOI: 10.1109/ICIT.2016.021

⁴⁸ FBI WARNS PUBLIC CYBERCRIMINALS USING QR CODES TO STEAL AND SPREAD MALWARE. SEYBOLD REPORT: ANALYZING PUBLISHING TECHNOLOGIES, [s. l.], 2022.

rimanda al sito o ad approfondimenti attraverso il web o a contenuti digitali, non vi è altro. Possiamo quindi affermare che la tecnologia è sì facilmente generabile e applicabile ma, per ragioni di capacità e sicurezza non può assolutamente assolvere a richieste relative alla certificazione della fonte o della notizia. Al capitolo 5, dunque, troveremo una scheda tecnica e una comparazione con la tecnologia BLUeCODE.

Fake News durante la pandemia Covid 19

Secondo la Banca Mondiale⁴⁹, il 48,97% della popolazione di tutto il pianeta usa Internet. Questi numeri crescono esponenzialmente se si fa una comparazione tra i paesi sviluppati che possiedono infrastrutture tecnologiche avanzate, alte percentuali di scolarizzazione e notevoli livelli di industrializzazione. In alcuni casi, secondo la stessa fonte, la percentuale è superiore al 77,42%. Possiamo affermare che internet ha cambiato il modo in cui il mondo è visto e compreso ma, soprattutto, ha cambiato il modo di comunicare tra i cittadini. Si farebbe fatica, oggi, a pensare ai rapporti umani senza social media, che registrano un tasso di utilizzo pari al 70% in Europa e Nord America⁵⁰. Infatti, secondo i dati forniti da Statista, in un solo minuto su Internet circa 69 milioni di messaggi vengono inviati da WhatsApp e Facebook Messenger, si avviano 5000 download su TikTok, c'è un upload medio di 500 ore di video su YouTube, vengono inviate 197,6 milioni di email e si registrano ben 2 milioni di visualizzazioni su Twitch. In sintesi, la società nel suo insieme trascorre gran parte del suo tempo su internet sia per svago che per lavoro; l'intera umanità vive in una società in rete⁵¹. I dati forniti dal Digital News Report⁵² stabiliscono che l'82% delle persone utilizzano i media digitali (compresi i social network) come canale di informazione. Lo smartphone è il dispositivo preferito per accedere alle notizie, viene utilizzato da una popolazione pari al 69%, mentre il 49% preferisce il computer e il 18% preferisce il tablet. Tuttavia, però, c'è da considerare che il progresso sociale porta con sé anche una serie di conseguenze poco piacevoli. In questo caso, sebbene verifichiamo che la società è sempre più interconnessa, registriamo una sovrapproduzione di contenuti poco utili⁵³ (o che contengono intenzionalmente false informazioni) per un pubblico poco preparato a questo bombardamento mediatico. Quindi possiamo asserire che questi

⁴⁹ <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS>

⁵⁰ <https://www.statista.com/>

⁵¹ LA SOCIEDAD RED: UNA VISIÓN GLOBAL. Castells M. Alianza Editorial, 2006.

⁵² DIGITAL NEWS REPORT 2020. Newman, N.; Fletcher, R.; Schulz, A.; Andi, S.; Kleis Nielsen. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020

⁵³ MEDIAMORFOSIS Y DESINFORMACIÓN EN LA INFOESFERA: ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA, DIGITAL E INFORMACIONAL ANTE LOS CAMBIOS DE HÁBITOS DE CONSUMO INFORMATIVO. Aguaded, J.I.; Romero-Rodríguez, L.M. Educ. Knowl. Soc, 2015

contenuti sono un problema che generano grande confusione, soprattutto in periodi di crisi come ad esempio è accaduto durante la pandemia causata dal COVID-19. Proprio durante la pandemia da Covid-19, molti si sono affrettati nel diffondere informazioni, a volte, purtroppo, anche ingannevoli. La lotta contro la disinformazione richiede l'ausilio di strumenti multidisciplinari: quello giuridico, quello educativo - culturale e anche quello tecnologico relativo all'informazione⁵⁴. Nei giorni della crisi sanitaria che abbiamo vissuto, c'è stata un'entropia di notizie, di dati, di previsioni. Mai prima d'ora si era parlato tanto di fake news o disinformazione, legate non ai processi elettorali, ad esempio, ma alla sopravvivenza dell'uomo e al contrasto di una crisi di salute pubblica in un'emergenza globale come la pandemia prodotta dal coronavirus SARS-CoV-2, causa della malattia respiratoria COVID-19⁵⁵. La disinformazione online, come già scritto, è aumentata negli ultimi anni ed è esplosa con la pandemia da corona virus. Un'epidemia parallela di disinformazione digitale si è diffusa ed è stata definita "infodemia". Da gennaio 2020 i media digitali sono stati sia i colpevoli sia gli antidoti alla disinformazione. I primi mesi della pandemia hanno dimostrato che contrastare la disinformazione online è stato importante quanto garantire le attrezzature mediche e le forniture necessarie per gli operatori sanitari⁵⁶. Una disinformazione costante che non ha registrato alcun rallentamento neanche in piena emergenza sanitaria mondiale, tutt'altro. Ecco che allora ci domandiamo come mai, nonostante si parlasse di vite, di rischio per l'umanità, le fake news sono state comunque prodotte, divulgate e hanno generato problemi seri, molto seri.

Come scrivevo, la società odierna è una società iperconnessa. Per questa ragione, certamente, vi è una rapida diffusione delle informazioni. Ciò non implica, però, che siano informazioni verificate e che le piattaforme di social network site consentano esclusivamente la diffusione di contenuti verificati⁵⁷. Di conseguenza, e soprattutto in un periodo di maggior bisogno di informazioni come, ad esempio, durante la pandemia di

⁵⁴ DETECTING FAKE NEWS FOR THE NEW CORONAVIRUS BY REASONING ON THE COVID-19 ONTOLOGY – A. Groza. [arXiv:2004.12330v1](https://arxiv.org/abs/2004.12330v1), 2020.

⁵⁵ FAKE NEWS Y CORONAVIRUS – A. López-Borrull, <https://doi.org/10.7238/c.n98.2025>, 2020

⁵⁶ FIGHTING THE 'INFODEMIC': LEGAL RESPONSES TO COVID-19 DISINFORMATION – R. Radu. <https://doi.org/10.1177/2056305120948190>, 2020

⁵⁷ AUDIENCES' ACTS OF AUTHENTICATION IN THE AGE OF FAKE NEWS: A CONCEPTUAL FRAMEWORK. Tandoc, E.C., Jr., Ling, R., Westlund, O., Duffy, A., Goh, D., ZhengWei, L. *New Media Soc.*, 2018

COVID-19, un problema di diffusione di fake news con l'intento di fuorviare e generare panico tra gli utenti si può verificare, soprattutto sulle piattaforme di social network. In questi ambienti virtuali⁵⁸ è possibile ottenere una rapida diffusione dei contenuti, diffusione meglio definita col termine viralità. In questo nuovo scenario, l'informazione e la divulgazione di notizie attraverso i media classici, passa in secondo piano. Ciò significa che il giornalismo non esercita più il ruolo di garante dell'informazione e il processo classico a cui eravamo abituati, poco più di 20 anni fa, viene superato grazie alla velocità che un retweet su Twitter o a "Mi piace" su Facebook può ottenere⁵⁹. Questo primo fattore e cioè il declino del giornalismo a favore della diffusione dei social network, è sicuramente un motivo importante che spiega la rapida divulgazione delle fake news, poiché queste non trovano un ecosistema caratterizzato dalla presenza di un gatekeeper che funge, appunto, da filtro naturale di informazioni. Tuttavia questo non è l'unico fattore. Se manca infatti un giornalismo capace di assumere il controllo del flusso di notizie, l'alfabetizzazione mediatica, da autodidatti, si presenta come l'unica alternativa se si tratta di gestire notizie false. Questo testimonia, in fatti, che il grande pubblico in molte occasioni non sa riconoscere le informazioni false da quelle vere⁶⁰. Un altro aspetto determinante nella proliferazione delle fake news, che si è registrato anche durante la pandemia, è legato alla sinteticità dei contenuti che vengono generati all'interno dell'ecosistema digitale. La brevità dei messaggi, l'aggiunta di elementi figurativi e di segni che hanno sostituito una esposizione più chiara e approfondita, ha contribuito ad alimentare la macchina delle fake news. Ciò sta succedendo non solo negli ambienti ludici e informali ma anche nei contesti lavorativi e formativi. Accade sempre più spesso, infatti, che i messaggi WhatsApp prendano il posto delle mail. Ciò succede in relazione a una maggiore accelerazione dei processi che richiede una comunicazione più rapida e diretta. In altre parole, pur di ottenere risultati più veloci, scriviamo meno⁶¹. D'altra parte, è acclarato, che l'uso costante ed esclusivo dei social network è di per sé un fattore determinante quando si tratta di essere

⁵⁸ FAKE NEWS: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA. Parra Valero P., Oliveira, L.. Observatorio OBS, 2018.

⁵⁹ FAKE NEWS: DESINFORMACIÓN EN LA ERA DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. A. González, M.. Ámbitos Rev. Int. Comun. 2019

⁶⁰ FAKE NEWS: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA. Parra Valero P., Oliveira, L.. Observatorio OBS, 2018.

⁶¹ DESINFORMACIÓN: CONCEPTO Y PERSPECTIVAS. Romero y Olmo, J.A.. Análisis Real Inst. Elcano, 2019

vittima di notizie false. Questo perché il tempo di esposizione alle false notizie aumenta se si sta sulle piattaforme di social network site e quindi porta gli utenti a ricevere informazioni da una sola fonte mediatica⁶². Infine, un ulteriore fattore importante che dobbiamo analizzare quando parliamo di fake news, è quello relativo alla “legittimazione della rete”. Cioè, l’utente che frequenta una comunità che riproduce un contenuto fake è più spinto a rilanciare/condividere quel contenuto poiché anche i suoi contatti hanno fatto lo stesso. E’ una vera e propria legittimità basata sulle relazioni emotive tra gli utenti che seguono contenuti condivisi dagli “amici”⁶³. Questi fattori ci dimostrano, in modo definitivo, che i cittadini della rete e in particolar modo quelli delle piattaforme di social media, sono stati indotti a condividere notizie false, durante la pandemia da COVID-19, per detti motivi che ho descritto. È il nostro comportamento, attento o disinteressato che ha contribuito a generare messaggi, anche fake, correlati al COVID-19, contribuendo, appunto, alla diffusione di fake news e ai suoi gravi impatti sulla società⁶⁴. Pertanto, secondo le conclusioni di Pérez-Dasilva et al., è diventato chiaro che, oltre ad affrontare una crisi economica e di salute pubblica, ci siamo trovati di fronte a una vera e propria crisi dell’informazione⁶⁵. Seguendo questa stessa linea argomentativa possiamo riscontrare, anche nel lavoro svolto da Casero Ripollés, risultati empirici che confermano i fattori determinanti che abbiamo descritto. Nello specifico, i risultati attestano che durante la pandemia il 92% degli adulti, negli Stati Uniti, chiedeva frequentemente notizie sul coronavirus facendo registrare un incremento del 34%, di domande mono tematiche, rispetto al periodo precedente l’emergenza sanitaria⁶⁶. Infine, e in relazione a quanto esposto nell’articolo di Gutiérrez et al., intitolato “Fake news su COVID-19: un’analisi comparativa di sei paesi iberoamericani”, è dimostrato che la percentuale di fake news che

⁶² THE SMALL, DISLOYAL FAKE NEWS AUDIENCE: THE ROLE OF AUDIENCE AVAILABILITY IN FAKE NEWS CONSUMPTION Nelson J.L., Harsh T., New Media Soc. 2018

⁶³ WHAT’S NEW ABOUT ‘FAKE NEWS’? CRITICAL DIGITAL LITERACIES IN AN ERA OF FAKE NEWS, POST-TRUTH AND CLICKBAIT. Pangrazio L., Páginas Educ. 2018

⁶⁴ NOTICIAS FALSAS Y COVID-19: MODELANDO LOS PREDICTORES DEL INTERCAMBIO DE NOTICIAS FALSAS ENTRE LOS USUARIOS DE LAS REDES SOCIALES. Apuke O.D., Omar B.. Telemát. Inf., 2021

⁶⁵ FAKE NEWS Y CORONAVIRUS: DETECCIÓN DE LOS PRINCIPALES ACTORES Y TENDENCIAS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE LAS CONVERSACIONES EN TWITTER. Pérez-Dasilva J.-A., Meso-Ayerdi K., Mendiguren-Galdospín T.. Prof. Inf. 2020

⁶⁶ IMPACTO DEL COVID-19 EN EL SISTEMA DE MEDIOS. CONSECUENCIAS COMUNICATIVAS Y DEMOCRÁTICAS DEL CONSUMO DE NOTICIAS DURANTE EL BROTE. Casero-Ripollés A., Prof. Inf. 2020

ha raggiunto i media tradizionali è quasi insignificante, il che, dunque, rafforza l'ipotesi che il giornalismo di verifica dei fatti sia una buona pratica che aiuta, effettivamente e concretamente, a combattere il problema delle fake news⁶⁷. Ma torniamo in Italia ed entriamo nel vivo della "infodemia", termine utilizzato dal Direttore generale dell'OMS che durante una sua relazione sulla pandemia ha dichiarato: "“We are not just fighting an epidemic; we are fighting an infodemic” - Non stiamo solo combattendo un'epidemia; stiamo combattendo una infodemia. Questa particolare attenzione da parte delle grandi e significative organizzazioni internazionali, l'importanza riconosciuta all'informazione e alla comunicazione corretta e la consapevolezza del ruolo centrale di internet nel veicolare informazioni fuorvianti, ha obbligato gli amministratori delle grandi piattaforme digitali ad avviare una lotta seria e costante contro il fenomeno della disinformazione, provando a sviluppare un concreto processo di responsabilizzazione⁶⁸ di cui si erano già avuti accenni nella lotta contro la disinformazione online sui vaccini⁶⁹. Di fronte alla cattiva informazione sanitaria, però, lo sforzo delle sole piattaforme non è stato sufficiente. Nonostante l'immane attività promossa e i fondi investiti per le attività di fact-checking, la mole di contenuti è stata notevolmente più massiccia, mettendo in crisi le strategie di contenimento avviate. Su Facebook, ad esempio, in Italia, il 68% delle informazioni false relative al Covid-19 non erano state contrassegnate per avvisare gli utenti della loro inaffidabilità, mentre il 21% dei "contenuti dannosi" che Facebook si era impegnato a rimuovere erano ancora presenti sulla piattaforma ad aprile⁷⁰. Al lavoro e alla responsabilizzazione delle piattaforme deve indubbiamente affiancarsi l'azione informativa ed educativa di tutte le istituzioni coinvolte e in questo caso, in particolar modo, quelle sanitarie. Quella che è stata definita "comunicazione pubblica della salute"⁷¹ che per molti anni è stata esclusivamente incentrata sui media tradizionali, senza applicazioni di strategie sia su web che con i social

⁶⁷ NOTICIAS FALSAS Y DESINFORMACIÓN SOBRE EL COVID-19: ANÁLISIS COMPARATIVO DE SEIS PAÍSES IBEROAMERICANOS. Gutiérrez-Coba L.M., Coba-Gutiérrez P. Gómez-Díaz J.A.. Rev. Lat. Comun. Soc. 2020

⁶⁸ SOCIAL-MEDIA COMPANIES MUST FLATTEN THE CURVE OF MISINFORMATION. Donovan J., Nature, 2020

⁶⁹ BLURRED SHOTS: INVESTIGATING INFORMATION CRISIS AROUND VACCINATION IN ITALY. Lovari A., Martino V., Righetti N. 2019. American Behavioral Scientist, 1-20. doi.org/10.1177/0002764220910245.

⁷⁰ HOW FACEBOOK CAN FLATTEN THE CURVE OF THE CORONAVIRUS INFODEMIC. Avaaz, 2020. secure.avaaz.org/campaign/en/facebook_coronavirus_misinformation

⁷¹ SOCIAL MEDIA E COMUNICAZIONE DELLA SALUTE. PROFILI ISTITUZIONALI E PRATICHE DIGITALI. Lovari A. Guerini e Associati, 2017.

media. Dunque il servizio sanitario nazionale è stato il primo protagonista della pubblica amministrazione ad aprirsi ai social media e sfruttarne le potenzialità e già nel 2010 pubblicava le linee guida ministeriali sulla “comunicazione online in tema di tutela e promozione della salute”. Ma ciononostante le buone premesse, l’intero comparto è stato l’ultimo a sfruttare la vera opportunità offerte dalla rete, per via di una serie di fattori come la specificità dei temi di salute (dati sensibili e privacy). Nei processi di adozione e istituzionalizzazione dei social media nel settore pubblico, il Ministero della Salute ha avuto un ruolo discontinuo, come altri dicasteri, in relazione ai continui cambiamenti nella linea comunicativa e di staff, dovuti al turnover politico. Così l’emergenza sanitaria da Covid-19 ha rappresentato un’emergenza anche per la comunicazione social del Ministero della Salute che ha dovuto affrontare una moltitudine di eventi e ha dovuto rappresentare, mai come prima, l’interlocutore protagonista della gestione pandemica, insieme ad altri attori come la Presidenza del Consiglio e il Dipartimento della Protezione Civile. Esattamente in questo caos, dunque, il Ministero della Salute si è attivato per assumere un ruolo strategico, dal punto di vista comunicativo, per affrontare l’emergenza e rispondere alle innumerevoli richieste dei cittadini. Non solo l’ordinario ma anche lo straordinario e cioè fare da margine all’esondazione delle fake news. Sul sito web ufficiale è stata aperta una finestra dedicata al Covid-19 sia in italiano che in inglese, con una pagina tematica denominata “Attenti alle bufale”, simile a quella già presente sul portale del WHO, per contrastare, appunto, la disinformazione. Sono state così pubblicate più di 50 fake news sul coronavirus che avevano avuto maggiore diffusione sulle piattaforme di social network. Sono state realizzate anche media campaign per informare i cittadini sulle misure da adottare, coinvolgendo testimonial e influencer, nonché avviando una laboriosa sinergia con la Presidenza del Consiglio dei Ministri e altri ministeri. Considerata dunque l’importanza dei social media per la circolazione di notizie false e la popolarità di Facebook in Italia, la pagina ufficiale del Ministero ha rivestito una particolare centralità nelle pratiche comunicative di contenimento dell’infodemia. Durante l’emergenza, e nello specifico nel periodo dal 30 gennaio al 3 maggio, la pagina ha aumentato il numero di contenuti condivisi, arrivando a una media di 5 post al giorno che hanno totalizzato

2.551.309 interazioni complessive. L'engagement alla pagina ha inoltre registrato un delta positivo che ha portato a un incremento del 714,2%. Sinonimo che l'account Facebook è stato riconosciuto dai cittadini come fonte affidabile in un momento di confusione generata anche dai media. Un'altra buona pratica è stata anche quella della creazione dell' "Unità di monitoraggio per il contrasto della diffusione di fake news relative al Covid-19 sul web e sui social network". L'unità, istituita presso il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria, in collaborazione con Il Ministero della Salute, aveva tra i suoi compiti l'analisi delle fonti di diffusione delle fake news, il coinvolgimento dei cittadini nel rafforzamento della rete di individuazione, il lavoro di sensibilizzazione attraverso campagne di comunicazione. Per quanto il Ministero della Sanità sia corso ai ripari e abbia rafforzato la struttura di comunicazione durante la crisi pandemica, ancora non è dotato, come altri dicasteri di una tecnologia che certifichi la notizia e, a parte gli account ufficiali, flaggati dai big del tech, non vi è una App interna di divulgazione delle notizie e un sistema che genera documenti con un codice identificativo nascosto, ad esempio. Questa tecnologia di cui si potrebbe dotare il Ministero della Salute permetterebbe di avere un miglior controllo dei documenti che vengono generati e una migliore divulgazione agli organi periferici. Per intenderci, una semplice mail, seppur PEC, può contenere un documento alterabile da terzi, ma se quel documento contenesse una tecnologia BLUeCODE, ciò non potrebbe accadere perché il dispositivo di lettura di trasmissione e di ricezione, riconoscerebbe il file autentico o falsificato. Questo in relazione ai tanti documenti falsi che sono stati veicolati durante la pandemia e che, oltre alle piattaforme di social network site, hanno trovato larga divulgazione sulle piattaforme di messaggistica and to and. Ad esempio Telegram, WhatsApp, Facebook Messenger. Se i cittadini avessero scaricato l'APP di lettura dei documenti con BLUeCODE, sarebbero rimasti sicuramente aggiornati attraverso un dispositivo gratuito, leggero e utilizzabile anche senza connessione.



Green pass, attenzione alla truffa: se ricevete questo messaggio non apritelo

Stanno circolando in queste ore false email da un mittente che si finge il Ministero della Salute. Ecco come riconoscere la truffa e cosa non fare

31 Gennaio 2022 05:30



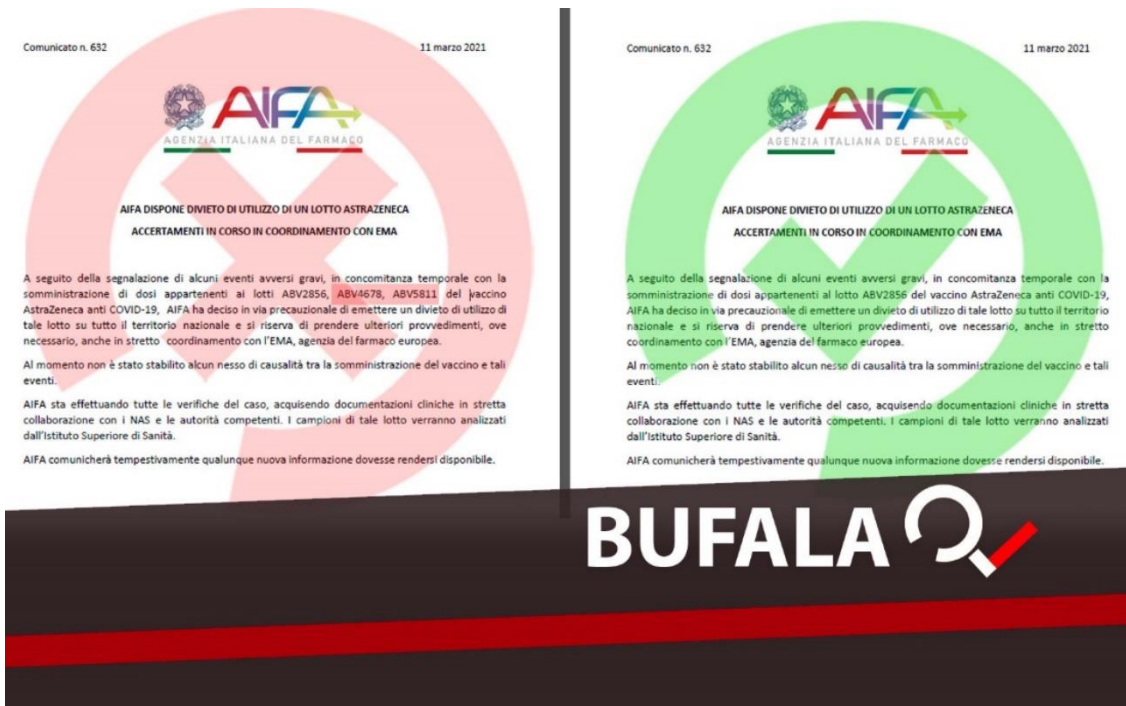
Attenzione alla nuova truffa sul green pass. Stanno circolando in queste ore **false email da un mittente che si finge il Ministero della Salute**. Si tratta di una truffa ai danni dei cittadini, perpetrata sfruttando appunto loghi e nome del Ministero guidato dal ministro Roberto Speranza. Ma come riconoscere la truffa e a cosa fare attenzione?

Come funziona il phishing e come riconoscerlo

Iniziamo a spiegare bene come funzionano questo tipo di truffe, che si chiamano **phishing**. Attraverso una **e-mail, solo apparentemente proveniente da istituzioni ufficiali o enti finanziari** (banche o società emittenti di carte di credito) o da siti web che richiedono l'accesso previa registrazione (web-mail, e-commerce ecc.), il messaggio inserito **riferisce problemi** di registrazione o di altra natura e **invita a fornire i propri dati** riservati di accesso al servizio.

Solitamente nel messaggio, per rassicurare falsamente l'utente, è **indicato un link** che rimanda solo apparentemente al sito web ufficiale dell'ente di cui si sta sfruttando il nome. Come spiega la Polizia Postale, in realtà il sito a cui si viene rimandati è stato creato identico a quello originale, ma è falso. L'utente, inserendo i propri dati riservati, finisce per darli in mano ai truffatori.

Figura 2 <https://quifinanza.it/info-utili/video/green-pass-attenzione-truffa-se-ricevete-questo-messaggio-non-apritelo/600907/>



Comunicazione strategica: tecnologia e cultura dell'informazione nell'ambito internazionale.

Che la comunicazione e l'informazione rappresentino due premesse importanti per la stabilità di un Paese, è un fatto noto. Altrettanto noto è l'interesse che le Forze Armate, di ogni Paese, hanno sempre rivolto a queste due macroaree. Basti ricordare, ad esempio, Ian S. Munro, capo dell'ufficio stampa del Psychological Warfare Branch Italy, organismo addetto alla propaganda e al riordinamento dei giornali nei paesi liberati, uno dei massimi responsabili dell'attuazione del Press Plan for Italy, piano strategico elaborato dagli Alleati per riorganizzare la stampa italiana, si trattava di un esperimento unico nella storia del giornalismo e forse unico nella storia della guerra, cioè la fondazione della libera espressione della parola stampata in mezzo a un popolo ex nemico, che non aveva esercitato questo privilegio per due generazioni, e lo sviluppo di una stampa libera in un paese che [era] ancora teatro di operazioni di guerra⁷². Arrivando ai giorni nostri, alle nuove sfide, vediamo che l'NDAA (National Defense Authorisation Act) degli Stati Uniti ha approvato l'istituzione del Global Engagement Center per coordinare le attività del Governo federale atte a contrastare la propaganda e la disinformazione promossa da stati stranieri e società private intenti a minare gli interessi di sicurezza nazionale degli Stati Uniti⁷³. Il Centro ha assunto un ruolo determinante nelle attività di controinformazione e comunicazione mirata, grazie all'elaborazione di un alto numero di risposte ai messaggi provenienti dall'organizzazione ISIL (Stato Islamico dell'Iraq e del Levante).

Nel 2018 grazie all'ampliamento della struttura NDAA, approvata dal Congresso nel luglio 2017, sono stati fatti ulteriori passi avanti anche su azioni specifiche atte a intercettare attività di disinformazione di matrice russa. Lo scambio di informazioni e di notizie tra alleati e "Paesi amici", hanno permesso di elaborare soluzioni e strategie di comunicazione per contrastare la guerra dell'informazione della Federazione Russa. Una serie di buone pratiche sviluppate tra agenzie per gestire e attuare strategie contro le operazioni di

⁷² LA STAMPA ITALIANA DALLA LIBERAZIONE ALLA CRISI DI FINE SECOLO - P. Murialdi. Editori Laterza, 2003

⁷³ <https://www.congress.gov/bill/114th-congress/senate-bill/2943/text>

disinformazione della Russia e una efficace e costante collaborazione con il Centro di comunicazioni strategiche della NATO (NATO StratCom COE)

La NATO StratCom COE, istituita nel 2014, considera la comunicazione strategica un apparato importante per la realizzazione di obiettivi militari e politici e aspira a sostenere i processi di comunicazione strategica delle forze amiche attraverso l'offerta di analisi, "consigli tempestivi" e aiuti pratici⁷⁴. Una vera e propria dichiarazione di interesse per impegnarsi, ulteriormente, con la NATO Stratcom COE, è stata manifestata dagli Stati Uniti. Un importante riconoscimento dell'importanza della collaborazione internazionale nel contrastare le operazioni di disinformazione.

Fatta questa breve introduzione sullo STRTCOM COE come organizzazione all'interno della NATO, vediamo ora come questa articolazione si è attivata quando la pandemia, appunto, si è rivelata un pericolo non solo sanitario ma anche informativo. Il 28 aprile 2020 il Centro di Eccellenza di Riga si attivava e iniziava a guardare, con una prospettiva tecnica, ciò che stava accadendo in Asia. Una tavola rotonda, in modalità virtuale, dava vita a una discussione aperta a tre paesi con diversi approcci governativi, opportunità e strategie specifiche per affrontare la crisi da COVID-19. Le domande su cui si articolava il dibattito erano 4:

- Quali sono stati i fattori chiave che hanno influenzato le decisioni del governo?
- Quale di queste decisioni si è rivelata la più vincente e quale la più difficile?
- Quali sono state le risposte della società alla crisi?
- E cosa possiamo imparare gli uni dagli altri per migliorare le comunicazioni strategiche?

Quattro quesiti condivisi e discussi da studiosi del mondo accademico e istituzionale, nella migliore tradizione del Centro di eccellenza di Riga. Una attività ordinaria di monitoraggio e valutazione di potenziali rischi da cui schermarsi. Tutto bene, o almeno, consapevoli della difficoltà che il covid avrebbe riservato nella comunicazione del rischio, ancora non si

⁷⁴ https://www.senate.gov.ph/lis/bill_res.aspx?congress=17&q=SBN-1492

pensava al Coronavirus come elemento centrale per costruire una narrativa atta a influenzare e destabilizzare alcune aree geografiche di interesse strategico per paesi egemoni. Nel 2020, il NATO StratCom COE pubblicava quattro rapporti che approfondivano gli strumenti di influenza della Russia nei WB (Western Balkan), concentrandosi principalmente sul ruolo dei media. Nell'ambito del progetto Russia's Footprint in the Western Balkan Information Environment, i ricercatori hanno analizzato gli interessi della Russia nell'area e le tecniche di influenza applicate, identificando le vulnerabilità che rendevano i paesi dei Balcani occidentali suscettibili di manipolazione esterna. Il progetto, infine, ha anche identificato le narrazioni promosse dal Cremlino nei confronti dei WB ed ha esaminato il ruolo dei media locali nella diffusione di narrazioni strategiche ben costruite.

Possiamo dunque contare almeno nove narrazioni attivate nel Western Balkans. Queste narrazioni mettono in evidenza le divisioni culturali tra est-ovest nelle regioni della WB e incoraggiano i sentimenti di insicurezza e sfiducia. Albania, Montenegro e Macedonia del Nord - paesi della WB che sono sempre più vicini alla NATO e hanno un orientamento filo-occidentale e di politica estera, vengono descritti come corrotti, caratterizzati dalla criminalità e in procinto di perdere la loro sovranità a causa dell'influenza occidentale. Viene narrata la cattiva gestione della pandemia e come questa pandemia stia mettendo in ginocchio l'economia e l'intero servizio sanitario. Al contrario, nelle narrazioni, la Serbia appare come amica della Russia, è costantemente elogiata grazie a una forte leadership e, inoltre, la nazione sta ben affrontando l'emergenza causata dal coronavirus, anche grazie al continuo confronto con autorevoli realtà russe. La situazione in Kosovo riappare come un leitmotiv in tutte le narrazioni: la Russia assume il ruolo di protettore che difende i serbi del Kosovo emarginati contro gli aggressivi albanesi del Kosovo sostenuti, appunto, dalla NATO. La NATO e l'UE sono descritte come realtà fragili e frammentate, egemoniche e aggressive, ma comunque più deboli della stessa Russia, ovviamente. La Russia, in ogni media campaign, risulta essere sempre pronta ad aiutare tutti attraverso le proprie capacità logistiche, scientifiche e sanitarie. Il periodo di monitoraggio è stato dal 1 novembre 2019 e

si è concluso il 1 giugno 2020. Il lavoro è stato svolto attraverso una attività di media monitoring dell'emittente Sputnik Srbij⁷⁵ e di altre radio dell'area WB.

NARRAZIONE 1

La regione dei Balcani occidentali è un terreno di gioco per uno scontro di interessi tra Oriente e Occidente

Questa narrazione riconosce ai Balcani occidentali un'importanza geopolitica a causa delle politiche di potere che si svolgono fuori dai confini, a discapito delle popolazioni locali. L'Oriente (principalmente la Russia) è ritratto come un tradizionale amico dei paesi dei Balcani occidentali, che ha a cuore gli interessi delle popolazioni locali, specialmente quelle con cui condivide una storia slava ortodossa. Gli interessi occidentali sono rappresentati come più predatori. L'UE e la NATO sono descritte come organizzazioni atte a esercitare un'influenza congiunta, mentre gli Stati Uniti sono presentati separatamente come attori chiave che spingono la Serbia a riconoscere un Kosovo indipendente attraverso il dialogo Belgrado-Pristina. Secondo la narrativa russa vi è disponibilità, da parte dell'occidente, a costruire basi militari ma non ospedali e asili.

NARRAZIONE 2

Gli stati amici della Russia godono di grandi privilegi

Il rapporto tra Serbia e Russia è idilliaco e proficuo. La Serbia può contare sulla protezione di un paese culturalmente vicino al popolo serbo. Anche la crisi pandemica sembra meno pericolosa grazie agli aiuti che giungono da Mosca verso Belgrado. Questa narrazione è finalizzata a influenzare quelle comunità politiche di opposizione che hanno bisogno di elementi per discutere le leadership dei paesi dell'area WB.

⁷⁵ <https://sputnikportal.rs/>

NARRAZIONE 3

La regione WB è instabile e ha un alto potenziale di conflitto.

Questa narrazione gioca sulle controversie di confine irrisolte e sulle scarse relazioni tra vicini, sfruttando le tensioni tra i paesi per aumentare la sensazione tra i popoli della WB che qualunque pace sia stata stabilita, sarà comunque fragile e insicura. Sebbene non sia stato possibile determinare se tali narrazioni siano state promosse dalla Russia durante la pandemia o se erano narrazioni preesistenti che Sputnik Srbija avrebbe sfruttato e amplificato. E' risultato evidente che riportando su questioni locali e regionali, temi di interesse nazionale, come la pandemia, Sputnik sarebbe stato in grado di raggiungere un pubblico più ampio e interessato. Proprio attraverso questo "megafono" vengono diffusi messaggi su una gestione differente della pandemia. Sottolineando i privilegi di alcuni paesi a discapito di altri.

NARRAZIONE 4

L'Unione Europea è una realtà egemone

L'UE è stata un attore chiave e un decisore negli eventi politici e sociali nei Balcani occidentali. Pertanto, gli interessi occidentali nell'area sono descritti come egemonici in materia di diplomazia, politica e sicurezza. I paesi più occidentali vengono ridicolizzati per aver rinunciato alla loro sovranità e aver obbedito alle istruzioni dell'UE, in particolare per quanto riguarda la migrazione e la cooperazione con la Russia. Dall'Europa non sono arrivati aiuti per far fronte alla crisi pandemica.

NARRAZIONE 5

I paesi dei Balcani occidentali sono deboli, corrotti e incapaci di svilupparsi.

“Dinanzi a questa emergenza mondiale si vede tutta la debolezza di paesi male organizzati da sempre”. Sputnik Srbija dipinge la regione occidentale dei Balcani come un’area debole e corrotta e mal attrezzata. Tutto ciò non consente ai territori di diventare attori internazionali importanti. Questa narrazione è proiettata in diversi modi: alcune storie discutono di elezioni truccate, nepotismo o sistemi giudiziari politicizzati, mentre altre si concentrano su questioni come criminalità, protesta politica, debito pubblico e cattiva gestione della crisi pandemica.

NARRAZIONE 6

I diritti umani sono minacciati nei Balcani occidentali.

Questa narrazione discute le violazioni dei diritti nella diaspora serba della regione. I partiti al potere in Montenegro, BiH e Kosovo avrebbero discriminato le libertà fondamentali dei serbi etnici presenti nelle enclave, comprese le loro pratiche religiose, l'accesso a lavori di vertice e ben retribuiti e l'integrazione nella società, la cura e il ricovero in caso di crisi respiratoria da coronavirus. A molti serbi viene negato lo status di cittadino residente in altri paesi della WB. La discriminazione etnica è presentata come la principale causa della scarsa qualità della vita dei serbi nella regione WB.

NARRAZIONE 7

L'UE e la NATO sono deboli e frammentate.

Questa narrazione ritrae l'UE e la NATO come organizzazioni deboli e frammentate, sottolineandone gli aspetti più negativi per dissuadere i paesi dei Balcani occidentali che aspirano ad unirsi a loro “non riescono a risolvere i problemi logistici dovuti alla pandemia nei loro confini, figuriamoci se riuscirebbero a gestire l’emergenza fuori dai confini”.

NARRAZIONE 8

La NATO è un'organizzazione provocatoria e aggressiva.

La NATO è descritta come aggressiva e provocatoria, che cerca di espandere il proprio territorio nella regione e anche nel resto del mondo. L'operazione della NATO contro l'ex Jugoslavia nel 1999 e l'installazione di basi militari della NATO nella regione dei Balcani occidentali sono presentati come una prova della posizione provocatoria della NATO, così come la presenza di gruppi tattici eFP vicino ai confini della Russia. “Se la NATO avesse avuto interessi umanitari, ancor prima della pandemia, avrebbe investito in sviluppo e cooperazione e non avrebbe installato esclusivamente basi militari”.

NARRAZIONE 9

Il Montenegro sta cercando di riscrivere la storia.

Il centenario dell'Assemblea di Podgorica, la Grande Assemblea nazionale del popolo serbo in Montenegro, in cui è stato stabilito che il Montenegro indipendente si sarebbe fuso con il Regno dei serbi, dei croati e degli sloveni, che in seguito divenne la Jugoslavia —è stato celebrato nel 2018. Il Montenegro ha riaffermato la sua indipendenza dalla Serbia nel 2016, ma ci sono ancora parecchi sostenitori dell'unione. Le percezioni di questo evento storico dividono ancora le persone. Nel 2018, Sputnik Srbija ha sfruttato il centenario per promuovere il messaggio che il Montenegro indipendente è uno stato "revisionista" e reazionario e che l'unificazione del Montenegro e della Serbia ha rappresentato la volontà della maggior parte dei montenegrini. Anche in questa narrazione si è inserita la cattiva gestione della pandemia da parte del governo montenegrino. I messaggi di esasperazione dei casi e di una emergenza continua, erano parte integrante, costante, nel media mainstream filo russo.

NARRAZIONE 10

L'adesione alla NATO non è vantaggiosa per i suoi membri.

Questa narrazione è anche progettata per dissuadere i paesi dei Balcani occidentali dall'aspirare ad aderire all'alleanza anche in un momento di particolare necessità di attrezzature mediche e ospedaliere. Nonostante le promesse che i futuri membri sperimenteranno molti cambiamenti positivi dopo l'adesione, una volta che un paese si unisce è obbligato ad aumentare le spese militari e di difesa senza ottenere alcun reale beneficio dall'adesione alla NATO.



● Area blu Serbia ● Area Montenegro ● Area Bosnia E. ● Area Kosovo

Il grafico ritrae i media e le pagine web online che sono stati identificati come frequenti amplificatori di contenuti simili a quelli pubblicati da Sputnik Serbia da novembre 2019 a giugno 2020. Sono stati analizzati i contenuti delle dieci narrazioni precedentemente elencate. Più grande è la fetta, più volte l'agenzia ha pubblicato esattamente gli stessi contenuti, duplicati o simili a quelli di Sputnik Sr.

Ecco alcuni contenuti analizzati:

Sembrano 28 mila? La polizia montenegrina sta cercando di ridurre il numero dei credenti...

22:30 29.02.2020.

 0



I cittadini riuniti hanno inviato un magnifico messaggio al mondo, ma sembra che questo abbia infastidito le autorità, quindi stanno cercando di ridurre il numero di persone alla riunione

Figura 3 <https://srbin.info/pocetna/aktuelno/da-li-ovo-lici-na-28-hiljada-crnogorska-policija-pokusava-da-umanji-broj-vernika>

INNOVAZIONI

I RUSSI stanno risolvendo il problema del CORONA VIRUS! Hanno trovato un dispositivo che rileva il Covid-19 nell'aria

Il primo dispositivo russo sarà presumibilmente in grado di rilevare contemporaneamente 86 agenti infettivi di natura virale e batterica, compreso il virus corona

Figura 4 <https://www.magazin.novosti.rs/sr/zdravlje/vesti/vest/rusi-resavaju-problem-korona-virusa-pronasli-aparat-koji-detektuje-covid-19-u-vazduhu/1384137>

CONCLUSO INCONTRO TRA VUCIC E PUTIN: "Se possiamo contare su qualcuno, è la Russia"

4 dicembre 2019



Figura 5 <https://www.intermagazin.rs/završen-sastanak-vucica-i-putina-ako-na-nekoqa-mozemo-da-se-oslonimo-to-je-rusija/>

LISTA TEDESCA: Mentre l'Europa dorme, Putin ha fatto di Mosca il centro della politica mondiale

20.01.2020. - 14:33

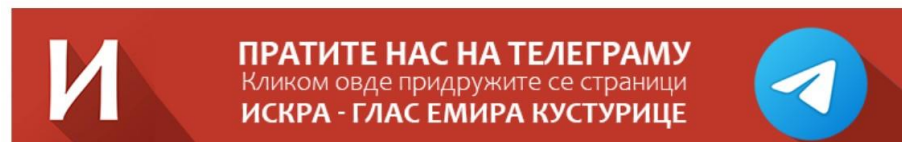


Figura 6 <https://iskra.co/svet/nemacki-list-dok-evropa-spava-putin-je-od-moskve-napravio-centar-svetske-politike/>



Politica

🕒 28 maggio 2020 15:06

💬 0 👁 61

Harchenko: Vučić invitato a partecipare alla parata di Mosca

L'ambasciatore della Russia a Belgrado, Aleksandar Bocan-Kharchenko, ha affermato che il presidente serbo Aleksandar Vučić ha l'invito a visitare Mosca e partecipare alla parata militare in occasione del 75° anniversario della vittoria nella seconda guerra mondiale, il 24 giugno.

"Il presidente Vučić ha un invito e sulla base di quell'invito visiterà Mosca in occasione dello svolgimento della parata in occasione del 75° anniversario della vittoria", ha detto Bocan-Kharchenko.

L'ambasciatore russo ha detto allo Sputnik che molte cose dipendono dalla normalizzazione della situazione a causa della pandemia di coronavirus.

"In Serbia le restrizioni si stanno allentando. Abbiamo ancora restrizioni. Non ci sono voli tra i due Paesi. Direi che tutto quello che avevamo in termini di piani rimane all'ordine del giorno, nessuno si arrende. E quando si tratta di attuazione, dovrebbe essere terminato il prima possibile epidemie e restrizioni, meglio è", ha affermato Bocan-Kharchenko.

Fonte: Sputnik, RTS

Figura 8 <https://www.tvmost.info/post/harchenko-vucic-pozvan-da-prisustvuje-paradi-u-moskvi>

Politica

Putin: verrò in Serbia ad ottobre; Il presidente Vučić lo ha informato della persecuzione del clero della Chiesa ortodossa serba in Montenegro

🕒 2 anni 🗨 IN4S

Il leader della Federazione Russa, Vladimir Putin, ha confermato questa sera in una conversazione telefonica con il presidente Aleksandar Vučić che verrà in Serbia ad ottobre - ha appreso Novosti.



Figura 7 <https://www.in4s.net/putin-u-oktobru-dolazim-u-srbiju-predsjednik-vucic-ga-obavijestio-o-progonu-svestenstva-spc-u-crnoj-gori/>

RUSSIA E SERBIA - 2020: Quali eventi hanno segnato la fratellanza e il partenariato di due Paesi vicini e amici (FOTO)

VN
31 dicembre 2020 alle 19:00



IL PASSATO anno 2020 ha portato molte prove per tutti noi.



Figura 10 <https://www.novosti.rs/vesti/politika/950250/rusija-srbija-2020-koji-sve-dogadjaji-obelezili-partnerstvo-ave-dijske-prijateljske-zemije-foto>

L'attività di monitoraggio è stata condotta attraverso l'estrazione dei contenuti, la traduzione dei contenuti e la comparazione dei contenuti. La domanda che ha portato alla realizzazione del lavoro è stata: **Può un paese egemone condizionare, attraverso l'informazione e, soprattutto, la comunicazione, l'attività politica, economica e sociale di un altro stato?**

Sì, può farlo, per diverse ragioni. Intanto uno stato egemone o un stato sviluppato, che chiameremo ALFA, gode di capacità finanziarie e tecnologie tali da poter applicare una strategia in caso di interessi o crisi verso un paese estero che chiameremo BETA. A questo punto le operazioni di influenza e le attività di ingerenza di ALFA nei confronti di BETA potranno manifestarsi sotto diverse forme.

- A. Uso di testimonial/influencer
- B. Fake news
- C. Propaganda (show the flag/show the force)
- D. Divulgazione di falsi documenti per confondere e allarmare i cittadini
- E. False narrazioni

Guardando dunque al monitoraggio effettuato e alle nove narrazioni estratte, otteniamo due esempi di questa catalogazione. Con le nove narrazioni testimoniamo la voce E (false narrazioni); Con lo stesso monitoraggio otteniamo anche la conferma dell'attività alla voce C (propaganda). Un ulteriore strumento al servizio dello stato ALFA è rappresentato dalla lettera D (Divulgazione di falsi documenti per confondere e allarmare i cittadini). Questa attività troverà maggiore successo in questi paesi-target in cui la pubblica amministrazione non gode di buona salute e i dipendenti pubblici non sono costantemente formati, aggiornati e dotati di nuove tecnologie. In questo caso un documento falso prodotto dallo stato ALFA e divulgato nei territori dello stato BETA, potrebbe cogliere impreparati gli stessi dipendenti pubblici che, a cascata, riverserebbero il documento falso attraverso il proprio circuito ufficiale e non ufficiale, contribuendo, quali fonti autorevoli, ad amplificare la strategia dello stato ALFA e quindi ad aumentare il panico, ad esempio, in caso di una emergenza.



Printscreen / TV Klan

Figura 11

Nella figura 11 troviamo una immagine di un documento pubblicato che riguarda la risoluzione della controversia macedone-bulgara, ma non la TV Macedone afferma di non riuscire a individuare l'origine e l'autore del documento. La televisione afferma, inoltre, che le autorità ufficiali di Sofia e Skopje sono state informate del documento, ma tale informazione è smentita da fonti del ministero degli Affari esteri macedone. Secondo un alto diplomatico macedone intervistato da Sloboden Pecat, che ha avuto accesso al documento pubblicato da TV Klan⁷⁶, secondo la terminologia e la forma dell'atto amministrativo, non si tratta di un documento di un ente o di un'istituzione ufficiale europea, ma probabilmente di un "test di prova" consegnato da alcuni attori stranieri con la precisa intenzione di inviare il contenuto e verificare le reazioni politiche. Gli esempi su riportati, relativi alle attività strategiche, posse in essere attraverso la macro area della comunicazione, in ambito internazionale, ci portano a riflettere sull'autenticità della notizia e su come, appunto, ogni azione volta a contrastare la disinformazione potrà risultare utile in caso di minacce provenienti da qualsiasi fonte e in qualsiasi circostanza (ordinaria o di emergenza). Anche in questo caso, trovo l'adozione di una tecnologia come quella del BLUeCODE, efficace per le organizzazioni governative e non governative.

Nello specifico, i paesi dell'area WB dotandosi di una APP leggera e poco costosa, potrebbero ottenere questi risultati:

1. Garantire la veridicità di un atto/documento
2. Veicolare il documento in cluster chiuso (APP)
3. Riconoscere all'APP per la lettura del documento un'attendibilità superiore a quella delle piattaforme di social network, delle fonti di informazione come, ad esempio, Sputnik Serbia e altre agenzie
4. Fornire la popolazione di uno strumento per ricevere e leggere gli atti ufficiali emanati dal governo o dalle autorità delegate
5. Costruire una rete digitale, sicura, con stakeholder (giornalisti, enti pubblici periferici)

⁷⁶ <https://www.slobodenpecat.mk/en/tv-klan-liferuva-proben-balon-non-pejper-so-golemi-ambicii-i-so-amaterski-greshki/>

Attualmente, in diverse aree geografiche del pianeta, sono in atto azioni di disinformazione. L'adozione di tecnologie avanzate, abbinate alla formazione continua e all'attività di media literacy, possono contribuire a rafforzare la struttura pubblica di uno stato e aumentare l'affidabilità dei servizi e la fiducia verso i cittadini. Di seguito, ora, elenco alcune agenzie, che nell'area WB, si occupano di rafforzare la cultura dei media e del digitale, operando anche azioni di contrasto alle fake news:

Nazione	Fact-Checking
Albania	www.faktoje.al
Bosnia and Herzegovina	www.raskrinkavanje.ba
Kosovo	www.kallxo.com
Montenegro	www.raskrinkavanje.me
North Macedonia	www.truthmeter.mk www.crithink.mk www.irl.mk https://stopdezinformacii.mk/ www.F2N.mk
Serbia	www.raskrikavanje.rs www.istinomer.rs www.fakenews.rs

Alle ammirevoli attività promosse da queste società private va garantito il supporto e l'impegno delle istituzioni affinché ci sia una maggiore sensibilizzazione al tema e un rafforzamento coordinato e tra tutti gli attori in campo. Alcuni progetti sono stati finanziati attraverso misure pubbliche ma il lavoro deve continuare e crescere, soprattutto in un'area particolarmente esposta come quella della WB.

CAPITOLO 5

Tecnologia di studio e di riferimento per la PA

Dopo aver descritto le diverse tecnologie che attualmente vengono valutate nel settore dell'informazione, passo alla descrizione di una tecnologia che ho conosciuto in occasione di un convegno sulle ICT. Una tecnologia già utilizzata nella Pubblica Amministrazione ma per fini diversi. La certificazione di una notizia o di una fonte possono dare a questa tecnologia un nuovo

BLUeCODE®

CODICE BIDIMENSIONALE AD ALTA CAPACITÀ DI CONTENIMENTO

La tecnologia del microprocessore, che si è dimostrata efficacissima in moltissime applicazioni, in particolare quelle finalizzate alla realizzazione di documenti di identificazione personale che hanno consentito di innalzare i livelli di sicurezza rispetto alle precedenti credenziali cartacee. Il costo, piuttosto elevato, la complessità dei sistemi di emissione e verifica ed alcuni vincoli tecnologici ne hanno limitato l'utilizzo. Negli ultimi anni si è diffuso l'utilizzo di codici bidimensionali (QR code, Glifi, etc.) che hanno il vantaggio di poter essere stampati su qualsiasi supporto e verificabili tramite una qualsiasi microcamera, compresa quella integrata nei normali smartphone. Il limite di tali codici è stato, fino ad oggi, la limitata capacità di contenimento, non sufficiente per consentire la memorizzazione di fotografie, dati biometrici e documenti testuali. Solo di recente è stato introdotto sul mercato BlueCode, un innovativo codice bidimensionale ad alta densità in grado di ospitare, in modalità sicura, alcune decine di Kilobyte di dati. Utilizzando un software crittografico, basato su una cifratura a chiave asimmetrica, genera un codice a matrice, inviolabile e riproducibile sia su supporti plastici sia su modelli cartacei.

Come anticipato, questa è una tecnologia avanzata del QRCode, di seguito illustrerò, in scheda, una breve sintesi delle due tecnologie a confronto. La comparazione è volutamente sviluppata per sottolineare l'efficacia della tecnologia per poi, appunto, utilizzarla nell'ecosistema dell'informazione.

	BLUeCODE	QRcode
Tipologia Codice	Bidimensionale (Matrice)	Bidimensionale (Matrice)
Capacità di contenimento	1600 DPI = 13KB per in2 600 DPI = 7KB per in2	1 KB per in2 * Il codice QR Code ha una struttura che può contenere un numero fisso di caratteri, non superiore a 1.500
Formato di istruzione	orientato al Byte, come nei microprocessori elettronici.	Orientato al carattere.
Controllo di coerenza (ECC)	SI – min. 5% max 50% Default 20%	SI – min. 5% max 25%
Caratteristiche del codice	Dimensioni personalizzabili. minima: - Larghezza mm) 15 - Altezza (mm) 15 Dati: Immagini, testi, dati biometrici, html.	Dimensioni personalizzabili. Minima: - Larghezza mm) 10 - Altezza (mm) 10 Dati: testi, html.
Caratteristiche di Sicurezza	Codice 2D antifalsificazione Dati crittografati Codice non modificabile Decodifica off-line Algoritmo di crittografia asimmetrica (RSA) Sicurezza molto alta	Codice 2D Standard Dati non crittografati Codice libero Sicurezza Bassa
Caratteristiche di Verifica e Lettura	Tramite Appliance per smartphone;	Tramite Appliance per smartphone;

	<p>Tramite Applicazioni per postazioni stand alone.</p> <p>La lettura del contenuto informativo avviene completamente in modalità offline grazie alla elevata capacità di contenimento</p>	<p>Tramite Applicazioni per postazioni stand alone.</p> <p>La lettura avviene in parte in modalità off-line (per leggere il link di indirizzamento) e in modalità on-line per leggere il contenuto informativo.</p>
Output generato	<p>Bmp, Jpeg, png, etc.</p> <p>Formato di input/output personalizzabile sulla base dei requisiti utente</p>	<p>Bmp, Jpeg; png, etc.</p>

Possibili integrazioni	<p>Documenti identificazione;</p> <p>Sicurezza Ticketing;</p> <p>Flussi documentali;</p> <p>conservazione sostitutiva con verifica del documento originale off-line;</p> <p>Logistica (monitoraggio);</p> <p>Filiere agroalimentari/beni di lusso; Marketing/pubblicità off-line;</p> <p>Compatibile con la blockchain;</p> <p>Realtà aumentata;</p> <p>Sostegno alla disabilità visiva.</p>	<p>Conservazione sostitutiva, con la verifica del documento originale online;</p> <p>Filiere agroalimentari/beni di lusso;</p> <p>Marketing/pubblicità on-line.</p>
------------------------	--	---

<p>Architettura SW per la generazione del codice</p>	<p>Servizio Cloud dedicati; Applicazione Stand Alone; Java Class; C API Library.</p>	<p>Servizi in rete per pochi codici Librerie libere per lo sviluppo</p>
<p>Architettura HW per la generazione del codice</p>	<p>La generazione avviene all'interno di un HSM che garantisce i necessari livelli di sicurezza. L'HSM può essere installato su: - Server centralizzato; - WS stand Alone.</p>	<p>La generazione avviene utilizzando uno dei tanti servizi disponibili in rete (per poche unità; Realizzando una propria applicazione utilizzando il codice open source</p>

LA VERIFICA

La funzione di verifica con il codice BlueCode è estremamente semplificata, la lettura del codice può essere effettuata tramite qualsiasi lettore ottico: da quello di un normale scanner o dalla telecamera di un qualunque smartphone. Decisamente meno agevole la lettura delle smart card, soprattutto per applicazioni in mobilità. La necessità di disporre di uno specifico dispositivo ne limita l'utilizzo. Le carte di credito e i bancomat, per i microprocessori a contatto, e i passaporti elettronici per quelli contactless, sono un chiaro esempio. Inoltre, è importante ricordare, che non vi è bisogno di una connessione internet e quindi la lettura e la verifica, possono avvenire in ambiente off line.

INTERVISTA ALL'INGEGNERE NICOLA FEDELE, AMMINISTRATORE DELEGATO DELLA SOCIETA' BLUENT E SVILUPPATORE DELLA TECNOLOGIA BLUeCODE

- 1) Possiamo parlare di una tecnologia italiana, brevettata e già utilizzata per la certificazione di documenti ufficiali di cui Bluenet è unico proprietario?**

La tecnologia è stata brevettata per la verifica di documenti. Ad esempio documenti di identità composti da testo ed immagini.

Rife. Brevetto

Domanda numero: 102021000030338

Data di presentazione: 30/11/2021

Titolo: VERIFICA DOCUMENTI TRAMITE CONFRONTO IMMAGINI CON CODICE DI VERIFICA

- 2) In qualità di sviluppatore e a seguito di un confronto con i suoi collaboratori, ritiene sia possibile applicare tale tecnologia anche a contenuti digitali quali notizie, foto, video? E, inoltre, la stessa tecnologia può essere associata, esclusivamente, a un singolo profilo? Ad esempio a un giornalista/blogger/freelance?**

la tecnologia richiama il concetto della firma digitale per cui certifica sicuramente il singolo profilo e può essere applicata a qualsiasi contenuto digitale

- 3) A differenza della tecnologia blockchain che caratteristiche di sicurezza riserva BLUeCODE? Anche in termini di clonazione?**

La tecnologia Bluecode si integra con quella della blockchain. Rappresenta una garanzia per la consistenza del dato. Essendo una stampa, può essere fotocopiata ma nessun dato può essere alterato. Consente la fotocopia ma che rispetta esattamente l'originale.

- 4) Esiste un software o un APP BLUeCODE? Se esiste consente a un device, dotato di questo software APP, di riconoscere un file in entrata contenente tecnologia BLUeCODE e, quindi, riconoscere il file come attendibile? Dunque, attraverso questo software o APP, BLUeCODE può rappresentare anche un circuito chiuso, dedicato, di messaggistica su cui viaggiano esclusivamente dati contenenti la specifica tecnologia?**

Esiste una App Bluecode ed è un'applicazione di verifica. Richiama lo schema di funzionamento del Green Pass. L'emissione è consentita solo agli autorizzati che saranno in possesso delle chiavi segrete, necessarie per la procedura di firma del dato da emettere. La verifica è pubblica e tutti possono avere accesso a questa operazione fatta tramite App disponibile in maniera gratuita.

5) Abbiamo detto che la tecnologia BLUeCODE può essere riconosciuta anche in ambiente privo di connessione a internet e alla rete, ma perché ciò avvenga il device o il lettore ottico, deve essere preventivamente settato o configurato?

Sul dispositivo utilizzato per la verifica dev'essere installata preventivamente la App Bluecode

6) Attualmente la tecnologia è in uso anche in altre realtà internazionali? se sì con che diffusione e in che settori trova applicazione?

Gli utilizzi sono molteplici:

- *Documenti di identità*
- *Timbro digitale per la pubblica amministrazione*
- *Conservazione documentale*
- *Contratti*
- *Biglietteria con biglietti nominativi*

7) La tecnologia si sviluppa su un codice bidimensionale? Sommariamente, qual è la struttura tecnica di codifica e può essere anche applicato in modo trasparente o deve avere una traccia grafica evidente?

Questa tecnologia utilizza come contenitore un codice bidimensionale e dev'essere una traccia evidente al fine della scansione in fase di verifica.

Napoli 31/01/2022

CAPITOLO 6

Conclusioni

Il tema delle fake news ha caratterizzato, da sempre, i grandi eventi. La necessità di sviluppare procedure e avvalersi di strumenti innovativi per il contrasto alle fake news è sempre stata, per chi rincorre la verità, una priorità. I motivi del ricercare la verità sono tanti e si possono trovare nelle discipline umanistiche e in quelle matematiche, fisiche e naturali. L'uomo ha da sempre indagato sulla verità e la ricerca stessa è diventata ragione di conflitto interiore e riflessione sull'importanza del vero e sulle cause che generano dubbi. Il dubbio, appunto, diventa l'elemento che condiziona la verità e pone l'uomo dinanzi a un percorso di riflessione e valutazione. Ciò accade per le notizie e, seppur costruite in presenza del fatto accaduto, queste possono essere discusse, manipolate, smentite. Questi ultimi elementi, dunque, contribuiscono ad alimentare il grande dibattito sulle verità della notizia. Molti studiosi e il mondo della scienza in generale, da anni, soprattutto con l'aumento delle piattaforme mediali, ha seriamente iniziato a interessarsi delle fake news in relazione ai danni che queste generano ogni qualvolta accade qualcosa. Sì, poiché non esiste più un evento che non riservi il lato mediatico. A tal proposito si sono intraprese diverse strade per raggiungere un solo obiettivo: abbassare la capacità di divulgazione e l'incidenza delle fake news. Questo è possibile perché ci troviamo nella quarta fase degli internet studies e la bibliografia scientifica, in circa 50 anni, è stata arricchita e condivisa grazie anche alle piattaforme digitali. Le stesse piattaforme digitali sui cui, purtroppo, proliferano le fake news ma che, in ambito scientifico, grazie a Dio, hanno contribuito all'accelerazione dei processi atti ad aiutare l'uomo e a migliorare la società. Questo lavoro entra difatti nelle proposte documentali atte a fornire agli studiosi uno strumento in più per affrontare l'annosa questione fake news. Nello specifico ho approfondito lo studio su una tecnologia avanzata da utilizzare nel mondo della Pubblica Amministrazione affinché le notizie e le fonti, avessero una traccia e un circuito chiuso di veicolazione del contenuto. Scegliere la pubblica amministrazione, come cluster di studio, è per me fondamentale non solo per una

correlazione professionale ma, soprattutto, perché ritengo che nel processo di divulgazione di una notizia la PA assuma un ruolo centrale e determinante affinché il cittadino, obiettivo del messaggio, ottenga un risultato quanto più efficace, trasparente e corretto. Questo poiché il cittadino, appunto, è un componente della società e la società, secondo la teoria funzionalista di Parsons, Merton e Levy, progredisce se tutti gli elementi sono in equilibrio e operano in sinergia. Avere dunque una PA performante e schermata dalle fake news, significa offrire un miglior servizio al cittadino e, dunque, garantire una vita migliore dello stesso nella società iperconnessa e digitalizzata in cui, purtroppo, proliferano le notizie false e mettono a rischio la stabilità della società stessa. Acquisire nella PA la consapevolezza di “scenario ibrido” e di “quotidianità on-life” può aumentare nei dipendenti pubblici la percezione di esposizione al rischio verso minacce che, troppo spesso, vengono considerate subdole o poco significative verso se stessi e verso l’ecosistema PA. Ciò detto, ho ritenuto importante, attraverso questo studio, dedicare un approfondimento sul dipendente pubblico che, come altri cittadini, oggi, è anche un generatore di contenuti e quindi necessita di una nuova istruzione civica che tratti le culture digitali. Al contempo, lo stesso operatore dovrà saper utilizzare strumenti innovativi per leggere e trasmettere contenuti certificati da una tecnologia riconosciuta ed efficace in ambiente reale e in quello virtuale. L’insieme di queste procedure (indottrinamento + tecnologia avanzata) potranno indubbiamente promuovere un miglioramento nella comunicazione odierna che caratterizza il rapporto PA – cittadino/ PA – PA. Ovviamente, però, il suddetto lavoro dovrà essere prima visionato e adottato dalla Funzione Pubblica a livello politico e dirigenziale affinché tutta l’infrastruttura amministrativa possa adottare il protocollo e munirsi della tecnologia BLUeCODE.

BIBLIOGRAFIA

AI BLOCKCHAIN PLATFORM FOR TRUSTING NEWS - Z. Shae, J. Tsai. 39th International Conference on Distributed Computing Systems (ICDCS), 2019

AUDIENCES'ACTS OF AUTHENTICATION IN THE AGE OF FAKE NEWS: A CONCEPTUAL FRAMEWORK. Tandoc, E.C., Jr., Ling, R., Westlund, O., Duffy, A., Goh, D., ZhengWei, L. New Media Soc., 2018

BLURRED SHOTS: INVESTIGATING INFORMATION CRISIS AROUND VACCINATION IN ITALY. Lovari A., Martino V., Righetti N. American Behavioral Scientist, 1-20. doi.org/10.1177/0002764220910245. 2019

BOT TRAFFIC REPORT 2016, IMPERVA INCAPSULA BLOG, Zelfman I., 2017,

COMBATING FAKE NEWS ON SOCIAL MEDIA WITH SOURCE RATINGS: THE EFFECTS OF USER AND EXPERT REPUTATION RATINGS – A. Kim, P.L. Moravec, A.R. Dennis. <https://doi.org/10.1080/07421222.2019.1628921>, 2019

COMUNICAZIONE E POTERE – M. Castells. Università Bocconi Editore, 2009.

COMUNICAZIONE E SOCIETA' – M. Barisone. Il Mulino, 2009

CONTENT AND MEANING: WHAT'S IT ALL ABOUT - D. A. Graber. <https://doi.org/10.1177/0002764289033002004>, 1989

DESINFORMACIÓN: CONCEPTO Y PERSPECTIVAS. Romero y Olmo, J.A.. Análisis Real Inst. Elcano, 2019

DETECTING FAKE NEWS FOR THE NEW CORONAVIRUSBY REASONING ON THE COVID-19 ONTOLOGY – A. Groza. arXiv:2004.12330v1, 2020

DIGITAL NEWS REPORT 2020. Newman, N.; Fletcher, R.; Schulz, A.; Andi, S.; Kleis Nielsen. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020

DUPED: TRUTH-DEFAULT THEORY AND THE SOCIAL SCIENCE OF LYING AND DECEPTION – T. R. Levine. University Alabama Press, 2019

FAKE NEWS AND ONLINE DISINFORMATION. A PERSPECTIVES OF THAI GOVERNMENT OFFICIALS - P. Sa-nga-ngam, T. Mayakul, W. Srisawat and S. Kiattisin, 2019 4th Technology Innovation Management and Engineering Science International Conference (TIMES-iCON), Bangkok, Thailand, 2019, pp. 1-4, doi: 10.1109/TIMES-iCON47539.2019.9024427

FAKE NEWS: DESINFORMACIÓN EN LA ERA DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. A. González, M.. Ámbitos Rev. Int. Comun. 2019

FAKE NEWS ON SOCIAL MEDIA: PEOPLE BELIEVE WHAT THEY WANT TO BELIEVE WHEN IT MAKES NO SENSE AT ALL – P. L. Moravec, R. K. Minas, A. R. Dennis. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3269541>, 2018

FAKE NEWS Y CORONAVIRUS – A. López-Borrull, <https://doi.org/10.7238/c.n98.2025>, 2020

FAKE NEWS Y CORONAVIRUS: DETECCIÓN DE LOS PRINCIPALES ACTORES Y TENDENCIAS A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE LAS CONVERSACIONES EN TWITTER. Pérez-Dasilva J.-A., Meso-Ayerdi K., Mendiguren-Galdospín T.. Prof. Inf. 2020

FAKE NEWS: UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA. Parra Valero P., Oliveira, L.. Observatorio OBS, 2018.

FBI WARNS PUBLIC CYBERCRIMINALS USING QR CODES TO STEAL AND SPREAD MALWARE. SEYBOLD REPORT: ANALYZING PUBLISHING TECHNOLOGIES, [s. l.], 2022.

FIGHTING THE 'INFODEMIC': LEGAL RESPONSES TO COVID-19 DISINFORMATION – R. Radu. <https://doi.org/10.1177/2056305120948190>, 2020

FRAMING ANALYSIS: AN APPROACH TO NEWS DISCOURSE - POLITICAL COMMUNICATION, Volume 10 - 1993 Taylor & Francis

IMPACTO DEL COVID-19 EN EL SISTEMA DE MEDIOS. CONSECUENCIAS COMUNICATIVAS Y DEMOCRÁTICAS DEL CONSUMO DE NOTICIAS DURANTE EL BROTE. Casero-Ripollés A., Prof. Inf. 2020

INDEPENDENT FACT-CHECKING PLATFORMS IN SPAIN AND ITALY: FEATURES, ORGANISATION AND METHOD – G. ANZERA, F.-J. MURCIA-VERDÚ, M.-J. UFA RTE-RUIZ. *Mediterranean Journal of Communication*, 2020

IS ANYONE RESPONSIBLE?: HOW TELEVISION FRAMES POLITICAL ISSUES – S. Iyengar. The University of Chicago Press, 1994

ISSUE FRAMING AND PUBLIC OPINION ON GOVERNMENT SPENDING – W. G. Jacoby. <https://doi.org/10.2307/2669279>, 2000

LA CITTADINANZA ON LINE - L. Ceccarini. Il Mulino, 2015

LA QUARTA RIVOLUZIONE – L. Floridi. Raffaello Cortina Editore, 2017

LA SOCIEDAD RED: UNA VISIÓN GLOBAL. Castells M. Alianza Editorial, 2006.

LA SOCIOLOGIA DEL PARTITO POLITICO – R. Michels. Edizione italiana Il Mulino, 1966

LA STAMPA ITALIANA DALLA LIBERAZIONE ALLA CRISI DI FINE SECOLO - P. Murialdi. Editori Laterza, 2003

LE COMUNICAZIONI DI MASSA – D. Mcquail. Il Mulino, 1986

LIBERI DI CREDERCI: INFORMAZIONE, INTERNET E POST-VERITÀ - W. Quattrociocchi, A. Vicini. Codice Edizioni, 2018

MEDIAMORFOSIS Y DESINFORMACIÓN EN LA INFOESFERA: ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA, DIGITAL E INFORMACIONAL ANTE LOS CAMBIOS DE HÁBITOS DE CONSUMO INFORMATIVO. Aguaded, J.I.; Romero-Rodríguez, L.M. *Educ. Knowl. Soc*, 2015

MISINFORMATION – W. Quattrociocchi, A. Vicini. Franco Angeli, 2017

MODERNITÀ LIQUIDA - Z.Bauman - Editori Laterza 2011

NOTICIAS FALSAS Y COVID-19: MODELANDO LOS PREDICTORES DEL INTERCAMBIO DE NOTICIAS FALSAS ENTRE LOS USUARIOS DE LAS REDES SOCIALES. Apuke O.D., Omar B.. Telemát. Inf., 2021

NOTICIAS FALSAS Y DESINFORMACIÓN SOBRE EL COVID-19: ANÁLISIS COMPARATIVO DE SEIS PAÍSES IBEROAMERICANOS. Gutiérrez-Coba L.M., Coba-Gutiérrez P. Gómez-Díaz J.A.. Rev. Lat. Comun. Soc. 2020

OPERATION ATLANTIC RESOLVE TO EXPAND: ARMY ENVISIONS NEW EUROPEAN DEPLOYMENTS AS SHOW OF FORCE TO MOSCOW - S. Sprenger - Inside the Army, Vol. 27, No. 9, 2015, p. 2

OUT OF ORDER: AN INCISIVE AND BOLDY ORIGINAL CRITIQUE OF THE NEWS MEDIA'S DOMINATION OF AMERICA'S POLITICAL PROCESS – T. E. Patterson. Vintage Books, 1994

PENSARE L'INFOSFERA – L. Floridi. Raffaello Cortina Editore, 2020

PLATFORM SOCIETY – J. Van Dijck. T. Poell. M De Waal. Oxford University Press, 2018

POSTVERITA' – A.M. Lorusso. Laterza, 2018

ROLE OF MEDIA IN REPRESENTATION OF SOCIOCULTURAL IDEOLOGIES IN AURAT MARCH (2019-2020) A MULTIMODAL DISCOURSE ANALYSIS. Baig F. Z., Umer S., Aslam M. Z., Razaq M. S., Akram N., Malik A., Iqbal Z. <https://doi.org/10.5539/ijel.v10n2p414>

SHOCKDOWN MEDIA, CULTURA, COMUNICAZIONE E RICERCA NEL COVID-19. G. Boccia Artieri, M Farci. Meltemi, 2021.

SOCIAL-MEDIA COMPANIES MUST FLATTEN THE CURVE OF MISINFORMATION. Donovan J., Nature, 2020

SOCIAL MEDIA E COMUNICAZIONE DELLA SALUTE. PROFILI ISTITUZIONALI E PRATICHE DIGITALI. Lovari A. Guerini e Associati, 2017.

SPIRAL OF CYNICISM: THE PRESS AND THE PUBLIC GOOD – J. N. Cappella; K. H. Jamieson. Oxford University Press, 1997

STRATCOM'S NEW STRATEGY WILL BETTER HANDLE GLOBAL THREATS - S. Maucione - *Inside Missile Defense*, Vol. 20, No. 25, 2014, p. 10

SWITCHING TRAINS OF THOUGHT: THE IMPACT OF NEWS FRAMES ON READERS' COGNITIVE RESPONSES – V. Price, D. Tewksbury, E. Powers. <https://doi.org/10.1177/009365097024005002>, 1997

THE SMALL, DISLOYAL FAKE NEWS AUDIENCE: THE ROLE OF AUDIENCE AVAILABILITY IN FAKE NEWS CONSUMPTION Nelson J.L., Harsh T., *New Media Soc.*, 2018

WHAT IS THE FUNCTION OF CONFIRMATION BIAS? – U. Peters, <https://doi.org/10.1007/s10670-020-00252-1>, 2020

WHAT'S NEW ABOUT 'FAKE NEWS'? CRITICAL DIGITAL LITERACIES IN AN ERA OF FAKE NEWS, POST-TRUTH AND CLICKBAIT. Pangrazio L., *Páginas Educ.* 2018

SITOGRAFIA

<https://arxiv.org/abs/1803.01731>

<https://www.censis.it/comunicazione/come-ci-si-informa-oggi-tra-vecchi-media-e-dispositivi-digitali>

<https://www.congress.gov/bill/114th-congress/senate-bill/2943/text>

www.crithink.mk

<https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS>

<https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/foreword-2020/>

<https://factmata.com/>

www.fakenews.rs

www.faktoje.al

www.F2N.mk

<https://www.in4s.net/putin-u-oktobru-dolazim-u-srbiju-predsjednik-vucic-ga-obavijestio-o-progonu-svestenstva-spc-u-crnoj-gori/>

<https://www.intermagazin.rs/završen-sastanak-vucica-i-putina-ako-na-nekoga-mozemo-da-se-oslonimo-to-je-rusija/>

<https://www.iranhumanrights.org/2018/01/irans-severely-disrupted-internet-during-protests-websites-hardly-open/>

www.irl.mk

<https://iskra.co/svet/nemacki-list-dok-evropa-spava-putin-je-od-moskve-napravio-centar-svetske-politike/>

<https://www.incapsula.com/blog/bot-traffic-report-2016.html>

www.istinomer.rs

<https://www.jstor.org/stable/10.2307/24837650>

www.kallxo.com

<https://www.magazin.novosti.rs/sr/zdravlje/vesti/vest/rusi-resavaju-problem-korona-virusa-pronasli-aparat-koji-detektuje-covid-19-u-vazduhu/1384137>

<https://newsinitiative.withgoogle.com/dnifund/>

<https://www.newsprovenanceproject.com/>

<https://www.novosti.rs/vesti/politika/950250/rusija-srbija-2020-koji-sve-dogadjaji-obelezili-bratstvo-partnerstvo-dve-bliske-prijateljske-zemlje-foto>

http://www.opendemocracy.net/democracy-blair/blair_language_4205.jsp

<https://open.nytimes.com/introducing-the-news-provenance-project-723dbaf07c44>

www.raskrinkavanje.ba

www.raskrinkavanje.me

www.raskrikavanje.rs

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/measuring-reach-fake-news-and-online-disinformation-europe>

www.secure.avaaz.org/campaign/en/facebook_coronavirus_misinformation

https://www.senate.gov.ph/lis/bill_res.aspx?congress=17&q=SBN-1492

<https://www.slobodenpecat.mk/en/tv-klan-liferuva-proben-balon-non-pejper-so-golemi-ambicii-i-so-amaterski-greshki/>

<https://www.snopes.com/>

<https://sputnikportal.rs/>

<https://srbin.info/pocetna/aktuelno/da-li-ovo-lici-na-28-hiljada-crnogorska-policija-pokusava-da-umanji-broj-vernika>

<https://www.statista.com/>

<https://stopdezinformacii.mk/>

<https://www.technologyreview.com/2019/07/25/65533/the-new-york-times-thinks-a-blockchain-could-help-stamp-out-fake-news/>

www.truthmeter.mk

<https://www.tvmost.info/post/harcenko-vucic-pozvan-da-prisustvuje-paradi-u-moskvi>

RINGRAZIAMENTI

Molto brevemente, attraverso questo lavoro, ho l'opportunità di ringraziare le persone straordinarie che mi hanno accompagnato in questo percorso. Un percorso didattico che mi ha offerto molte occasioni di crescita e che mi ha consentito di andare oltre confine e confrontarmi con realtà universitarie che lavorano al mio stesso interesse scientifico.

Non posso non pensare all'impegno del tutor, Professor Giuseppe Anzera, che oltre a rappresentare un riferimento accademico si è rivelata una persona preziosa, a me necessaria, anche per la mia crescita umana.

Durante i tre anni sono stato spesso supportato anche dal Professor Christian Ruggiero e dal Direttore di Dipartimento professor Alberto Marinelli. Entrambi non mi hanno fatto mai mancare il loro valido consiglio o una parola di conforto. Grazie.

Fondamentali sono stati i colleghi del XXXV Ciclo che, nel corso del tempo, sono diventati amici e confidenti sui cui scaricare tensioni e paure. Gerarda, Livio, Patrizio, Carlotta, sono oramai parte della mia vita e andranno oltre la chiusura di questa esperienza.

Grazie all'Istituzione di cui mi onoro di far parte, che mi ha concesso l'opportunità di coltivare la mia passione per lo studio delle materie che rientrano nell'area scientifica 14.

Grazie, infine, a mia moglie e a mia figlia a cui ho sottratto tempo ed energie ma che non mi hanno mai privato dell'affetto a me necessario per concludere questo lavoro.