

Fake news? Non buttiamola in rissa

Dialogo, pazienza e una prospettiva a lungo termine sono la base da cui ripartire

Nel 1913 vede la luce, postumo, *La persuasione e la retorica* del giovane filosofo goriziano Carlo Michelstaedter.

Un testo e un autore che sono scarsamente noti al grande pubblico, ma che pongono una distinzione – appunto quella fra persuasione e retorica – che può risultare un'interessante chiave interpretativa di come tendiamo a stare online e quindi del fenomeno dell'*information disorder*, per usare una felice definizione del Concilio d'Europa. Per Michelstaedter, il reale non è affatto un luogo di infinite relazioni e l'individuo che entra in relazione con l'altro lo fa solo per autoaffermarsi. Essere è essere persuasi, cioè perfettamente risolti in sé stessi. Tutto il resto, in primis il desiderio di sapere, è "rettorica", costruzioni artificiose di relazioni, e il rapporto fra uomo e uomo non è altro che desiderio di imporre la propria intima persuasione all'altro. Si tratta certamente di una semplificazione tranchant, che però possiamo facilmente individuare nella sete da ring che emerge in grossa parte delle relazioni online, dove più che dialogare si tende a voler vincere un dibattito, forse più per mostrare al pubblico chi ha l'ultima parola che per convincere davvero la persona con cui si interagisce.

Di fatto, oggi la nostra società non sta riuscendo a contenere la diffusione e la presa sul pubblico delle cosiddette fake news, una tendenza legata a doppio filo con il fenomeno dilagante dell'aggressività online.

Si tratta di un circolo vizioso, più che di un meccanismo lineare di causa ed effetto. Questa iconografia del gladiatore nell'arena, spesso avallata anche dagli stessi giornalisti e comunicatori, finisce per sgretolare la fiducia nei confronti della categoria di chi fa informazione (media e istituzioni) promuovendo la diffusione di "informazioni alternative". E al tempo stesso la diffusione di notizie false espresse con toni forti ha la conseguenza di portare chi legge ad assumere posizioni radicali basate sull'idea di un "nemico" da sconfiggere in nome della propria libertà di pensiero e azione (si pensi ai vaccini o ai migranti). La diffusione di notizie false e tendenziose e l'odio in rete corrono infatti in parallelo e molto più velocemente di qualsiasi nostro tentativo di sistemare le cose. Come due file di domino che crollano pedina dopo pedina, mentre qualcuno cerca disperatamente di rimetterle in piedi tassello dopo tassello.

Pulire la montagna di spazzatura

"C'è un vecchio esempio che credo renda bene l'idea: la montagna di spazzatura, non fai in tempo a iniziare a pulirla che già ne hanno depositate tonnellate di nuova", spiega Salvo Di Grazia, medico e divulgatore attraverso il suo noto blog MedBunker. "Il problema principale credo sia questo: l'illusione di credere di poter smentire l'enorme quantità di falsa informazione. Una falsa notizia rimbalza su centinaia di siti diversi, è condivisa da più persone, social network, persino giornali, torna periodicamente e si riversa dal mondo virtuale di internet alla vita reale. Forse non dovremmo avere l'obiet-



“Non dovremmo avere l'obiettivo di convincere ma di smentire le notizie più gravi o pericolose.

— Salvo Di Grazia

tivo di convincere. Penso sia molto più produttivo smentire le notizie più gravi, quelle più pericolose o che si stanno diffondendo tra chi soffre di malattie gravi. Dico spesso che nessuno di noi ha la missione di salvare l'umanità o diventare un messia – continua Di Grazia – e chi ha scelto di comunicare la scienza deve fare esclusivamente questo: parlarne, spiegare, diffondere buona informazione, e soprattutto non voler persuadere direttamente il lettore.”

La scelta del target di riferimento e del tempo che ci diamo per provare a cercare un dialogo quando comunichiamo sono due punti fondamentali. Forse bisogna ripartire dal presupposto che non possiamo pensare di arrivare a tutti subito, con un articolo o con un post. Forse è frammentare la nostra strategia comunicativa che può portare a dei risultati più ad ampio spettro. “La maggioranza degli estremisti per principio non diranno mai di essere stati convinti, perché andrebbero contro i loro principi e si sentirebbero sconfitti. Se scrivi un articolo sui vaccini non puoi pretendere di convincere chi fa parte di un'associazione contro i vaccini”. Una “persuasione” che arriva semmai indirettamente, lavorando ogni giorno, mettendo mattone su mattone. È quello che ha fatto un altro blogger e youtuber molto noto, Dario Bressanini, che da oltre un decennio si occupa di divulgazione, prevalentemente in ambito agroalimentare. “Secondo me con l'avvento dei social network abbiamo messo troppo frettolosamente in secondo piano quello che era il principale mantra dell'interazione online dell'era precedente, quella dei blog e dei forum, ovvero il ‘Don't feed the troll’, non rispondere a chi porta il livello della conversazione su toni di

insulto o aggressione. Il risultato è che negli anni con il mio blog sono riuscito a creare un gruppo di persone, anche inizialmente scettiche o in disaccordo con quanto dicevo, ma che con il tempo, leggendomi hanno capito che potevano fidarsi della mia serietà nel raccogliere le informazioni e nel divulgarle. In molti per esempio hanno cambiato idea sugli ogm senza insultare nessuno.”

In altre parole, bucare il pallone non è una strategia vincente perché non è lungimirante. “Per questo secondo me – e mi rendo conto di dire una cosa forte – il fact checking così da solo non serve a molto, perché spesso non è altro che lo sterile tentativo di mostrare come si mette in atto il meccanismo della persuasione”, continua Bressanini. “Il fact checking necessita anche della *pars construens*, cioè deve essere inserito all'interno di una strategia comunicativa a lungo termine, che abbia una prospettiva”.

Che cosa fare dunque? Dal punto di vista pratico un elemento cruciale su cui riflettere è quello della moderazione dei commenti online, che esemplificano quanto si possa assottigliare come non mai la linea di demarcazione fra libertà di parola ed educazione. “Non è per niente facile decidere come agire. Personalmente, ora sono in una fase di educazione al commento”, spiega Di Grazia. “Modero i commenti con severità eliminando solo quelli contenenti insulti o aggressioni. In pratica chi entra ‘a casa mia’ deve avere un tono gentile, qualsiasi siano le sue opinioni e qualsiasi cosa abbia da dire. Da notare però che a volte insulti e aggressioni arrivano anche da chi si dice ‘a favore della scienza’ ma la considera come fosse un partito politico, schierandosi a priori senza senso critico o obiettività”. a p.22 →

“Il fact checking dev'essere inserito in una strategia a lungo termine che abbia una prospettiva.

— Dario Bressanini

Servono più controlli e ricerca indipendente

I conflitti di interesse sono alla base della cattiva informazione, ma la collaborazione tra Wikipedia e Cochrane sta dando buoni frutti



Intervista a

James Heilmann

Direttore del Department of emergency medicine

East Kootenay regional hospital, Canada

WikiProject

In generale, la qualità dell'informazione sulla salute e la medicina sta migliorando?

Su Wikipedia, certamente. Nel complesso, in rete, non ne sono sicuro. Il conflitto di interessi sta diventando sempre più diffuso a tutti i livelli della comunicazione medica. Il numero di editori e riviste d'assalto – i *predatory publisher* – continua ad aumentare. Persino organizzazioni per le quali ho molto rispetto, come i Centers for disease control and prevention, prendono soldi dalle industrie. E mentre abbiamo assistito all'introduzione dei registri delle sperimentazioni cliniche, sembra che siano insufficientemente implementati.

Secondo me, dobbiamo continuare ad apprezzare i contenuti scientifici con scetticismo.

Quali sono i principali determinanti della cattiva informazione in medicina?

Credo che il principale sia il conflitto d'interesse. Ci sono in giro un sacco di soldi e quando gli individui e le imprese hanno l'opportunità di piegare la scienza a proprio favore o di eliminare chi la pensa diversamente, lo fanno. Quelli che pagano le maggiori conseguenze sono i nostri pazienti, vuoi per il tempo che perdono, le false speranze che vengono alimentate, i costi economici o gli effetti avversi che non sono dichiarati.

La capacità di valutazione critica dei cittadini sta migliorando?

In campo scientifico, generalmente siamo portati a credere all'onestà e all'integrità del processo di revisione e valutazione. Credo che la domanda più interessante sia se stiano aumentando le competenze in tema di *critical appraisal* dei professionisti e delle autorità regolatorie. Anche solo dando un'occhiata a delle incongruenze presenti in alcuni risultati, si scoprono casi importanti di fabbricazione di dati. Probabilmente abbiamo bisogno che controlli di questo tipo diventino routinari e alla

fine avremmo semplicemente la necessità di più ricerca indipendente. Per migliorare la comprensione da parte della popolazione abbiamo bisogno innanzitutto di semplificare il linguaggio che usiamo in modo più coerente rispetto a come lo facciamo attualmente. La semplificazione è più importante oggi di dieci anni fa dal momento che è aumentato il numero di persone che accedono all'informazione online e che parlano inglese come seconda lingua. Beninteso, questo non riduce l'importanza dei contenuti ben scritti e ben tradotti nelle lingue d'origine degli utenti.

Quali sono gli obiettivi e a che punto siamo oggi con la collaborazione tra Wikipedia e Cochrane?

Senza dubbio, la nostra collaborazione con la Cochrane negli ultimi sei anni ha avuto un importante successo. Alcuni studi recenti ci dicono che le revisioni Cochrane sono la singola fonte più usata negli articoli di salute pubblicati su Wikipedia. Il bot che classifica le rassegne che hanno bisogno di aggiornamento su Wikipedia continuano a funzionare bene. Il nostro Cochrane Wikipedia in Residence, Jennifer Dawson, sarebbe davvero felice se altre persone la aiutassero nel lavoro. •

da p.21 → **Questioni di responsabilità**

Sottesa a tutto quanto detto finora serve una piena presa di coscienza della nostra responsabilità, personale e istituzionale. Personale nel senso che non possiamo negare che il come stare online sia una scelta in qualche modo "politica". Nel momento in cui scegliamo di condividere un contenuto che riteniamo falso, oltraggioso e vergognoso, anche se accompagnato da parole critiche, stiamo comunque contribuendo a diffonderlo. "Si tratta di un'abitudine che in primis viene promossa dai giornali, anche sui social – spiega Bressanini – che per 'dovere di cronaca' finiscono col dare voce a chi urla di più, soffiando ancora di più sul fuoco, invece di operare per primi un discernimento in questo senso."

La responsabilità inoltre non va fatta scivolare in basso: essa è soprattutto istituzionale. Si tende a individuare la responsabilità della diffusione delle fake news e dell'odio in rete nell'avvento dei social network, cioè nella tecnologia. Si riversano le speranze sulle compagnie private prima ancora che sullo stato. A giugno scorso Facebook ha annunciato le cinque strategie per combattere la diffusione delle fake news sulla sua piattaforma attraverso il potenziamento del fact checking: espansione del programma di fact checking a nuovi paesi, introduzione delle analisi da parte dei fact checker anche di foto e video, aumento dell'impatto del fact checking grazie all'utilizzo di nuove tecniche, tra cui l'individuazione dei duplicati e l'utilizzo di "claim review", un'azione mirata contro chi contravviene alle policy di Facebook in modo recidivo e con metodi nuovi, e infine il miglioramento della trasparenza grazie alla collaborazione con il mondo accademico.

Ma ci può bastare come strategia lungimirante? Viene da dire di no. "Si pretende di più da Facebook e Google di quanto si pretenda dal nostro sistema educativo, mentre dovremmo pretendere con eguale veemenza una formazione scientifica più diffusa anche fra la popolazione adulta (non dimentichiamo che Facebook è utilizzato per la maggior parte da adulti e anziani), e favorire gli insegnamenti volti a distinguere una buona fonte da una che non lo è", aggiunge Di Grazia. "Certo che si potrebbe essere più severi con chi sparge deliberatamente cattiva informazione, ma le imprese private hanno lo scopo di guadagnare, non si può chiedere loro di ridurre il proprio pubblico o selezionare severamente i loro utenti. Il punto è che spesso la cultura viene affidata al cittadino senza praticamente nessuna assistenza, la televisione ha un basso livello culturale, inoltre a scuola tutto è nelle mani di docenti volenterosi, non si stimolano quasi mai le persone curiose e non si sviluppa il senso critico."

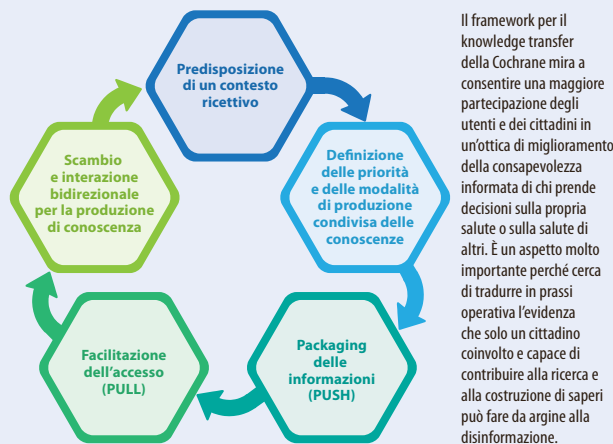
Torniamo al concetto di fondo esposto in apertura: serve tempo per dialogare davvero ed è a nostro inequivocabile vantaggio pretendere di ricevere sempre informazioni corredate da fonti che possiamo a nostra volta verificare, anche per comunicare l'importanza sociale e politica di parlare e di condividere solo quando siamo davvero certi che il contenuto che vogliamo diffondere è corretto e non strumentalizzato da qualcuno. "I troll ci saranno sempre – conclude Bressanini – e quello che dovremmo sforzarci tutti di fare non è concentrarci a persuadere queste persone o a fare la voce più grossa di loro su Twitter. La nostra priorità, la vera pars construens di una strategia comunicativa, è far sì che altri sentano sempre meno la necessità di seguirli o emularli".

Cristina Da Rold

Produrre e tradurre le informazioni in conoscenze

La strategia della Cochrane

La collaborazione tra Wikipedia e Cochrane è un'attività coerente con la strategia elaborata da quest'ultima in vista del 2020. Gli obiettivi sono centrati sull'impegno a soddisfare in maniera migliore e più puntuale le esigenze dei cittadini e dei pazienti. Per questo è stato elaborato un framework che dovrebbe aiutare a guidare un piano d'azione e di implementazione che potrà essere utilizzato dai diversi gruppi di ricerca per trasferire le conoscenze in politiche sanitarie o decisioni cliniche più appropriate. Nel processo di definizione del framework per il knowledge transfer, Cochrane ha stabilito una serie di ambiti e di attività che compongono il percorso della traduzione della conoscenza in pratiche virtuose. La premessa è nella creazione di un contesto che sia tale da far salire la domanda per conoscenze utili a decisioni e scelte informate. Segue la fase della determinazione delle



priorità dell'agenda di ricerca: in altre parole, studiare e definire quali sono le aree grigie e meritevoli di maggiore informazione. Successivamente, i due momenti che facilitano l'accesso alla conoscenza: *push* (come "spingere" le informazioni verso gli utenti) e

pull (come motivare gli utenti ad avvicinarsi alle informazioni). Il quinto passaggio è nella fase di scambio, essendo la comunicazione un processo bidirezionale e interattivo e solo in quanto tale capace di generare una conoscenza condivisa. •

Il framework per il knowledge transfer della Cochrane mira a consentire una maggiore partecipazione degli utenti e dei cittadini in un'ottica di miglioramento della consapevolezza informata di chi prende decisioni sulla propria salute o sulla salute di altri. È un aspetto molto importante perché cerca di tradurre in prassi operativa l'evidenza che solo un cittadino coinvolto e capace di contribuire alla ricerca e alla costruzione di saperi può fare da argine alla disinformazione.