

**Città che apprende 2018**  
**Torino 18 e 19 ottobre**

**Chi dà retta alle sirene?**

**Informarsi e comunicare  
nell'era del web e dei social**

**Relazione introduttiva  
di Patrizia Mattioli**



# DIRITTO AD APPRENDERE IN OGNI FASE DELLA VITA e DIRITTO AD UNA CORRETTA INFORMAZIONE

Il *filo rosso* che collega gli eventi della “Città che Apprende”

La rivoluzione tecnologica che cambia la nostra quotidianità  
e il *diritto di apprendere in ogni fase della vita*

La conoscenza è un volano per l'invecchiamento attivo

*nell'era del web e dei social*  
*il diritto ad un'informazione corretta*  
*è parte integrante del diritto ad apprendere*



# VIVIAMO IN UN MONDO IPERCONNESSO un cambiamento epocale e irreversibile

XV Rapporto Censis

**78,4% degli italiani è sul web**

**Il 72,5% utilizza i social**

**Web e social si confermano  
come la fonte principale di informazione per i cittadini  
distaccando sempre più giornali ed anche TV**

**ogni giorno online 6 ore e 8 minuti (quasi il doppio della TV)**

**73,8% ha smartphone 51,8% su Youtube 56% su Facebook 67,5% su Whatsapp**

**solo 37,4% degli italiani leggono i giornali**

**I molti vantaggi della digitalizzazione e i molti lati oscuri**



## CARATTERISTICHE DEL CIRCUITO MEDIATICO

**Web e social hanno assunto un ruolo centrale anche nel circuito dell'informazione (giornali, radio, TV, web)**

**da un sistema di informazione tradizionale (*modello verticale*)  
(noti i nomi e le responsabilità di direttori, giornalisti, editori)**

*verso*

**un sistema di creazione e condivisione delle notizie dal “basso”  
(*modello orizzontale*)**

**chiunque può essere *produttore di notizie*, oltre che consumatore  
(anonimato, mancata di citazione delle fonti, nessuna responsabilità)**

**SOVRACCARICO DI INFORMAZIONI  
INCERTA AFFIDABILITA' DI DATI E NOTIZIE**



# IN INTERNET SI TROVA TUTTO e IL CONTRARIO DI TUTTO

Ogni minuto su internet:

- ✓ si creano **oltre 2 milioni** di contatti su Facebook
- ✓ si cliccano **oltre 1,8 milioni** di “mi piace”
- ✓ si spediscono **204 milioni** di email
- ✓ si pubblicano **278.000** tweet
- ✓ nascono **571** siti nuovi
- ✓ si caricano **72 ore video** su Youtube
- ✓ giungono **2 milioni** di richieste per Google

**un flusso velocissimo di informazioni  
che disorienta e influenza le decisioni, mescolando:**

- notizie e video veri, falsi, in parte falsi, spesso contraddittori
- notizie di diversa importanza con pari evidenza
- truffe e manipolazioni di ogni tipo



# LE NOSTRE *TRACCE* PERSONALI NEL WEB

**I dati personali di ciascun cittadino sono rilevabili dalle tracce che lasciamo in rete ogni giorno**

ricerche Google, social, bancomat, carte di credito, carte fedeltà, navigatore, like...

**I dati rielaborati delineano il nostro profilo personale**

salute, occupazione, stato familiare, livelli di reddito, gusti, propensioni politiche, colore della pelle, religione.....

**I nostri profili personali posseduti da grandi società private (*il nuovo petrolio*) possono essere acquistati sul mercato privato per fini di marketing, di controllo di persone e gruppi, fini politici**

**Questa grave violazione della nostra privacy può incidere sulla nostra *vita personale* e sulle *scelte politiche***

**IScandalo Cambridge Analitica – Accordo Google-Matcard**

<https://www.youtube.com/watch?v=84Cy5fTM0fY>



# IL POTERE DEI GIGANTI DEL WEB

**Google, Facebook, Amazon e Apple sono i grandi monopoli digitali**

- ❑ **Facebook** è il più diffuso tra i social. Gestisce anche Facebook news ed altri servizi. Nel 2015 ha dichiarato di aver raggiunto un mld di utenti attivi. In Italia sono 30 mln; (maggio 2017)
- ❑ **Google** è il più grande motore di ricerca. La più grande azienda quotata in borsa (523 mld di dollari, fatturato 75mld). 2 mld di utenti al mondo, in Italia 30 mln. Cataloga e indicizza le risorse del web. Gestisce molti servizi, tra cui Google news e navigatori satellitari

**Google e Facebook hanno realizzato il più grande cambiamento nel mondo dei sistemi di ricerca di dati e notizie:  
la selezione dei risultati in relazione alle preferenze dell'utente  
(effetto bolla)**

***“Sono in grado di orientare le scelte...costruendo il consenso, con grave rischio per i meccanismi democratici”***



***(dalla relazione di Soro, Presid. Autorità Garante della privacy)***



# I SOCIAL E IL DIBATTITO IN RETE

## Gruppi di amici, che la pensano come noi

- ✓ si dialoga solo con le persone che sono state scelte
- ✓ si scambiano esperienze e giudizi coerenti con le idee del gruppo
- ✓ si consultano fonti di informazioni vicine a noi e sempre le stesse

## La chiusura del dibattito nel gruppo ha effetti perversi sulla formazione delle opinioni

- ✓ la ripetizione di idee condivise genera convinzioni rigide
- ✓ si riduce la razionalità e la capacità critica
- ✓ prevale l'emotività
- ✓ si respingono opinioni diverse anche quando ben documentate

**Il dibattito in rete diventa scontro tra “noi” e “loro”  
esaspera le contrapposizioni e altera la percezione della realtà**

**Il contesto sociale e culturale alla base dei social**

**Terreno ideale per la diffusione delle bufale**





# LE BUFALE IN RETE

**Notizie false con toni sensazionalistici che suscitano emozioni  
*meraviglia, paura, rabbia, indignazione---***

**Più il tema suscita emozioni, più facilmente è oggetto di bufale  
*Immigrazione, vaccini, Europa, sicurezza.....***

**Messaggi spesso personalizzati in base alle nostre caratteristiche**

**Alcune bufale muoiono, altre divengono virali, perché**

- ✓ vengono attivati robot digitali per la ripetizione del messaggio
- ✓ intervengono provocatori che volutamente aizzano il dibattito

**Per quali obiettivi vengono create le bufale?**

- ✓ **motivi economici:** più profitti tramite maggiori vendite, pubblicità, alterazione dei mercati finanziari e quotazioni in borsa ...
- ✓ **motivi politici:** propaganda e disinformazione di governo, partiti, gruppi di interesse nazionali e internazionali.  
I casi Cambridge Analitica e Brexit



# LE TANTE FACCE DELLE BUFALÉ

## COLLEGAMENTO INGANNEVOLE

Quando titoli, immagini o didascalie **differiscono** dal contenuto.

## CONTESTO INGANNEVOLE

Quando il contenuto reale è **accompagnato da informazioni contestuali false**.

## CONTENUTO MANIPOLATO

Quando l'informazione reale, o l'immagine, viene **manipolata per trarre in inganno**.

## MANIPOLAZIONE DELLA SATIRA

Quando non c'è intenzione di procurare danno, ma il contenuto satirico viene **utilizzato per trarre in inganno**.

## CONTENUTO FUORVIANTE

Quando si fa **uso ingannevole** dell'informazione per inquadrare un problema o una persona.

## CONTENUTO INGANNATORE

Quando il contenuto viene **spacciato** come proveniente da fonti realmente esistenti.

## CONTENUTO FALSO AL 100%

Quando il contenuto è **completamente falso**, costruito per trarre in inganno.



## 7 MODI DI DISINFORMARE

Tratto da VALIGIA BLU



# PERCHE' E' FACILE CADERE NELLA TRAPPOLA DELLE BUFALHE

L'essere umano è meno razionale di quanto si pensi

**Meccanismi di apprendimento che facilitano errori di giudizio:**

- ✓ Il “pensiero automatico”, innato e non volontario, scatta in caso di eccesso o incertezza delle informazioni
- ✓ facile accettazione di quanto coerente con le nostre idee o pregiudizi
- ✓ le emozioni diminuiscono la soglia della capacità critica
- ✓ una certa sicumera, più forte quanto più la persona è incompetente

**Gli errori di giudizio si attivano più facilmente  
in gruppi chiusi che si ritengono amici e di cui ci si fida**

Una bufala ben confezionata, che circola nel nostro gruppo di *amici*, che ci coinvolge ed è coerente con le nostre opinioni, come è facile crederle!

**Il caso del senatore Ciringa.....**



# Gli effetti della disinformazione sulle opinioni dei cittadini

**Distanza tra percezione della realtà e fatti:**

**Italia indice 100, il più alto tra i 13 paesi esaminati**

**una percezione sbagliata su molti temi sociali ed economici**

**Qualche esempio:**

- ✓ quanti mussulmani ci sono in Italia? Risposta 20% (in realtà, 3,7%)
- ✓ su 100 carcerati, quanti stranieri? Risposta 48% (in realtà 34,4%)
- ✓ quanti disoccupati? Risposta 49% (in realtà 10,4).....

**L'82% degli italiani non sa riconoscere una bufala sul web**

**Il 77,30% ritiene che la disinformazione non indebolisca  
la democrazia**

**Tra le cause:**

- ✓ **basso livello di istruzione della popolazione**
- ✓ **informazione "fai-da-te" attraverso internet e social**



# LE POLITICHE DELL'UE CONTRO LA DISINFORMAZIONE

**Il 2018, anno di svolta**

- **Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo**

obiettivo: introdurre meccanismi di tracciabilità (autore, editore, chi finanzia...). Codice di condotta, rete europea di esperti per la verifica di notizie, sostegno all'informazione di qualità, alfabetizzazione mediatica.

- **Regolamento generale europeo su protezione dati personali**

in vigore in tutti i paesi europei dal 28 maggio. Disciplina i dati personali dei cittadini, valido anche per società con sede all'estero

- **Disciplina sui diritti d'autore nel mercato unico digitale**

Giusto compenso economico a editori, giornalisti, artisti per l'utilizzo delle loro opere da parte dei media digitali (Google, Facebook, Twitter, ma non Wikipedia), Sostegno alla qualità e indipendenza della carta stampata

- **Codice di condotta per la lotta contro la disinformazione**

Misure di contrasto alle informazioni false o falsificate che si chiede ai media digitali (social, motori di ricerca, browser etc.) di adottare. Già firmato da Google e Facebook. Punti deboli: volontarietà e assenza di sanzioni.



# COSA POSSIAMO FARE

**Su internet ogni giorno è il primo aprile!**

**norme e codici di condotta, reti di esperti sono misure preziose  
ma alla fine**

**è sempre il cittadino che deve valutare se credere oppure no  
la disinformazione è efficace se la persona è predisposta a credere**

**una politica contro l'analfabetismo funzionale e mediatico  
per promuovere cultura e capacità critica**

## **1 – il ruolo centrale delle istituzioni a tutti i livelli**

**OCSE-PIAAC in Italia:**

- **28% dei cittadini è analfabeta funzionale (oltre i 55 anni, 41%)**
- **circa il 70% non ha le competenze chiave di cittadinanza**

**Conferenza del MIUR del 24.01.18**

**“Verso un piano di garanzia delle competenze degli adulti”**

## **2 – il ruolo degli Enti culturali del Terzo Settore**



# AUSER propone UNA CAMPAGNA DI INFORMAZIONE E DIBATTITO

Far conoscere le tante facce della disinformazione  
strumenti, modalità, dimensione, rischi  
può contribuire ad alzare le difese dei cittadini  
e creare nel tempo una sorta di vaccinazione

Una grande campagna di iniziative e dibattito sul tema  
“informazione e disinformazione nell’era del web e dei social”  
un obiettivo importante  
per la qualità della vita individuale e la difesa della democrazia

**Facciamo rete**

al nostro interno: **circoli sociali, culturali e università popolari**  
e nei territori **con altri ETS, scuole, CPIA, Ordine dei giornalisti,**  
**TV, radio, Enti locali ....**

**Ruolo delle strutture Auser regionali e territoriali**



# Gli strumenti

## Strumenti disponibili (oltre ai documenti in cartella)

- **“10 consigli per non perdere la bussola”**

un elenco ragionato di indicazioni che tengono conto sia delle caratteristiche delle fake news sia degli automatismi della nostra mente. Da non sottovalutare!

- **Registrazioni video degli interventi degli esperti che partecipano al convegno**

- **Video di apertura e video di sintesi dei lavori di questi due giorni di dibattito**

- **Concorso “Informazione e disinformazione – cosa sapere per non perdere la bussola”**

I premi andranno alle migliori iniziative nei territori – riunioni, laboratori, convegni, moduli didattici, corsi – finalizzate a diffondere i temi di oggi. Sul sito saranno pubblicate le iniziative in concorso, nei limiti del possibile





## **Difficile ma siamo in grado di farlo**

**La rete culturale Auser è una grande realtà  
di cui non sempre siamo consapevoli**

- ✓ circa 300 associazioni culturali sul territorio nazionale
- ✓ 214.837 partecipanti ai corsi di età diverse e diverse etnie
- ✓ 5281 volontari impegnati
- ✓ 2581 corsi sui temi più diversi, 4.062 conferenze, 1860 visite culturali

**La Certificazione – bollini blu e verdi – ha incentivato dal 2012  
la qualità delle attività culturali**

**Università popolari e circoli culturali hanno raddoppiato gli iscritti  
nell'ultimo biennio, grazie soprattutto al vostro impegno**

**La riforma del Terzo Settore riconosce e dà maggiore ruolo alle reti**

**Buon lavoro a tutti noi!**



