Trump e Twitter: l'ipocrisia

Oliviero Ponte Di Pino
30 Maggio 2020

Era inevitabile. Prima o poi sarebbe successo. È iniziato un duro scontro tra i social e il potere politico. La posta in gioco è il valore e il senso della libera informazione e dunque della democrazia.

Protagonisti del duello sono Donald Trump e Twitter, che un paio di giorni fa ha bollato due tweet del presidente degli Stati Uniti d'America sul voto per corrispondenza con il punto esclamativo. Come ha spiegato un portavoce di Twitter al “New York Times”, secondo il social network preferito di Trump, quei tweet «contengono informazioni potenzialmente fuorvianti sulle modalità di voto e sono state etichettate per fornire ulteriore contesto». Ai punti esclamativi, il presidente ha risposto duramente: un ordine esecutivo renderà più facile portare il social network in Tribunale se assumono il ruolo di "moderatori" delle fake news, cancellando post o chiudendo account.

Per capire la portata di quello che sta accadendo, e la posta in gioco, è necessario fare qualche passo indietro.

I social network sono infestati di fandonie, lo sappiamo tutti. È il loro stesso meccanismo a premiare gli “acchiappaclic”: non importa se una notizia è vera o falsa, basta che attiri traffico. Anche i più autorevoli quotidiani italiani sono pieni di post acchiappaclic (quelli stranieri assai meno).

Sappiamo (o dovremmo sapere) che la verità non è un bollino verde da assegnare una volta per tutte. Che i fake girano dal giorno in cui il serpente tentò Eva, che i primi a diffondere fake news sono i potenti, i quali non a caso controllano i canali dell'informazione. Che avvicinarsi alla verità è frutto di un complesso e infinito negoziato (come insegna la storia della scienza). I regimi totalitari hanno risolto il problema: hanno messo sotto rigido controllo internet, frammentando il World Wide Web in piattaforme nazionali, come in Cina, Russia o Iran.

Sappiamo anche che l'unica difesa contro le fake sono news sono la filologia (dai tempi in cui Lorenzo Valla smascherò la Donazione di Costantino alla Chiesa), lo

spirito critico e il pubblico dibattito.

L'avvento di internet ha trasformato tutti noi in produttori di notizie, aprendo una straordinaria stagione di creatività e democrazia. Almeno in apparenza. Fino a un certo punto. Per Wikipedia oggi l'obiettivo primario non è inserire nuove “verità” (ovvero aumentare il numero di voci), ma cancellare le follie, le bugie, le calunnie, le posizioni partigiane dalla grande enciclopedia democratica online. Da piattaforma aperta, si è trasformata in un servizio editoriale.

I social hanno inserito un elemento in più, l'algoritmo che filtra le notizie. Se uno vale uno, vince chi acchiappa più clic. Per verificare se una notizia è vera o falsa, serve tempo, ma a quel punto il post è diventato virale. Diventa facile convertirsi ai no-vax e spaventarsi per le scie chimiche. Nelle ultime settimane, quante fake news abbiamo letto sulle terapie anti-Covid-19? E magari le abbiamo condivise, senza peraltro leggerle fino in fondo, fermandoci al titolo? Da quelle per noi ridicole sull'aglio di qualche dittatore africano a quelle sul miracoloso Avigan giapponese, rilanciata dai grandi media? Fermo restando che i politici e le autorità sanitarie sono i primi a diffondere dati vaghi, imprecisi, manipolati, se non demenziali: è il caso dell'assessore lombardo Gallera, quando ha spiegato i meccanismi di diffusione dei virus.

Il problema è diventato esplosivo quando i politici hanno iniziato a usare i social network. Il fondatore di BuzzFeed, Craig Silverman, ha dimostrato che nel corso della campagna elettorale che nel 2016 ha portato alla vittoria di Donald Trump le “fake news”, spesso prodotte da siti “iper-partigiani”, hanno generato più coinvolgimento di quelle vere, diffuse dagli organi di stampa tradizionali, considerati prestigiosi e autorevoli perché praticano sistematicamente il “fact checking”. Le 20 fake news di maggior successo avevano totalizzato oltre 8 milioni di condivisioni, reazioni e commenti su facebook. Si è anche scoperto, grazie allo scandalo Cambridge Analytica, la sistematica manipolazione di milioni di elettori attraverso il furto di informazioni e l'uso dei big data.

A quel punto è scattato il panico morale. L'Oxford Dictionary ha decretato che “post verità” era la parola dell'anno per il 2016 ed è scattata la crociata di redenzione.

Ma le contromisure non sono state campagne di educazione allo spirito critico nelle scuole e nelle università. E nemmeno una formazione “ufficiale” più attendibile e credibile. Men che meno si è sanificata la politica. Twitter è – o forse

era – il canale preferito da Trump. Matteo Salvini ha costruito buona parte della sua fortuna politica con provocazioni nazionalpopolari sui social, illustrate da felpe e divise, e condite di cibi tipici e bottiglie con l'etichetta bene in vista.

La riposta è stata repressiva e censoria. È stato chiesto ai social network di certificare la falsità dei post. Con qualche problemino. I social sono aziende private e non dovrebbero essere loro a regolamentare la sfera pubblica. In secondo luogo, i social network già censurano moltissimi contenuti, attraverso sistemi di controllo complessi, pressoché invisibili e assai discutibili, che sfuggono a qualunque controllo democratico. Infine, i social network hanno obiettivi primariamente commerciali, ovvero offrire l'ambiente ideale per la diffusione delle inserzioni e dunque per gli acquisti: non è un'arena per il dibattito politico, al massimo per la propaganda (che adesso si chiama marketing elettorale).

Siamo di fronte a un paradosso. I social devono gestire lo spazio del dibattito pubblico, ma non possono e non devono farlo. Non sono in grado. Non è il loro mestiere. Uno stato democratico non può affidare a loro questo compito. Infatti qualcuno inizia a chiedersi se i social network sono compatibili con la democrazia...

Peraltro sulla questione Mark Zuckerberg, che pranza spesso con Trump, ha un'idea diversa dai colleghi di Twitter. Facebook è una piattaforma di comunicazione e non un editore, sostiene nella sostanza, e dunque non è compito suo controllare (e censurare) i contenuti postati dagli utenti. In realtà anche quella di Facebook è una posizione ipocrita, visto che cancella enormi quantità di contenuti osceni o “politicamente scorretti”, perché considerati razzisti o incitano all'odio.

Quello che si sta sviluppando è un dibattito cruciale per il futuro della democrazia, che s'intreccia con le perplessità espresse da Shoshana Zuboff quando parla di “capitalismo della sorveglianza”. Ma va seguito anche perché si nutre di interessanti paradossi e dunque di spunti comici. Donald Trump ha 80 milioni di follower su Twitter, che risponde perfettamente alle sue modalità comunicative: semplificazione, provocazione, brevità, narcisismo aggressivo. Che succederebbe se chiudesse il suo account? E se glielo chiudesse Twitter? E se Trump chiudesse twitter? La politica diventerebbe migliore? Sarebbe ancora democrazia?

donald_trump_usa.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO