

enter

Fake News

Bugie e verità
Arricchirsi con le fake news
Deepfake e algoritmi
Il ruolo dei media
Smascherare le fake news

Guida ai media digitali

01/2021

12:34



«La fiducia è il collante della nostra società»



PERSONA

Michael In Albon è padre di due ragazzi (11 e 13 anni) e incaricato alla tutela dei giovani dai media in Swisscom. Sarà lieto di rispondere alle vostre domande e di intrattenersi con voi:

>> facebook.com/michaelinalbon

>> twitter.com/michaelinalbon

La convivenza di tutti noi si basa sostanzialmente sulla fiducia. All'inizio del secolo scorso, il filosofo statunitense William James ha definito il concetto di verità: consideriamo vero ciò che rappresenta un vantaggio, ossia non prestiamo sempre attenzione ai fatti quando crediamo a qualcosa, ma prendiamo per vero ciò che si adatta al nostro mondo.

Cosa succede quando qualcuno mente intenzionalmente? Oggi è particolarmente facile ingannare milioni di persone online: le bugie ben architettate non sono affatto

semplici da smascherare. È pertanto importante che i bambini e i giovani imparino a riconoscere le bugie e a proteggersi da queste – è un'arte che devono imparare. Qual è la motivazione che si cela dietro a un video? Quali mezzi utilizza un testo per influenzare la nostra percezione? Non basta leggere articoli, guardare video, ascoltare podcast – solo chi capisce i contenuti può utilizzarli a proprio beneficio.

I miei figli adorano i brevi video su YouTube di persone che fanno credere di aver compiuto imprese impossibili, ad esempio viaggiare dall'Australia al Canada con cinque dollari. Ovviamente è tutto falso, ma i miei ragazzi trovano questi filmati divertenti. Ma che succede quando si tratta di cose più importanti di semplici successi personali?

Ci fidiamo degli altri automobilisti, del macchinista del treno e dei rappresentanti del popolo che eleggiamo democraticamente. I contenuti falsi che si diffondono velocemente possono minare una sana convivenza. Quando le fake news offuscano la nostra visione del mondo, mettono in pericolo le fondamenta stesse della nostra società. Perché la nostra convivenza è basata sulla fiducia.

Cordialmente

Michael In Albon

Incaricato alla tutela dei giovani dai media in Swisscom SA

Sommario

Mentire senza arrossire	04
Arricchirsi con le fake news	10
Verità e bugie	12
«Le persone cercano spiegazioni e soluzioni semplici»	16
Fake news in cifre	20
Sorprendentemente reale: il potere dei deepfake	22
Smascherare le fake news	24
Il cervello plasma la realtà	27
«La fiducia è molto più utile dei divieti»	30
I media plasmano la nostra visione del mondo	32
Algoritmi – i guardiani delle chiuse	36
Swisscom Corner	38
Colophon	39



Mentire senza arrossire

Fake o evidenza? Non è una domanda nuova. Ma oggi, attraverso i social media, le notizie false si diffondono più velocemente che mai. Per molti di noi, smascherare le fake news è una sfida che coinvolge tutta la nostra società.

Ogni giorno vengono pubblicati online milioni di nuovi video, articoli, blog e post. Su internet tutti hanno lo stesso diritto di pubblicare, commentare e condividere contenuti. Ma sono sempre più frequenti le notizie false e manipolate, che si tratti di testi, immagini o video.

Per bambini e giovani valutare la veridicità dei contenuti è una grande sfida. I genitori, gli insegnanti e le docenti hanno un importante vantaggio in questo senso: l'esperienza di vita. Tuttavia anche per loro mettere in discussione e distinguere ciò che è vero e da ciò che è inventato è sempre impegnativo. Molte persone oggi

Dalla pandemia di coronavirus, le richieste quotidiane di verifica di notizie all'associazione Mimikama sono quintuplicate. Com'è possibile che le notizie false vengano assorbite in modo acritico e diffuse milioni di volte?

non dispongono né dei criteri né della competenza mediatica per distinguere tra fonti serie e dubbie e per giudicare la credibilità di una notizia. Servono una visione critica e strategie precise per valutare i contenuti dei media. Ciò è reso più difficile dal progresso tecnico: le immagini e i video possono essere manipolati successivamente in modo così perfetto da rendere invisibili gli interventi effettuati a posteriori.

«Internet è uno strumento, spetta alle persone farne un uso intelligente.»



Dipende dall'intenzione

Il termine «fake news» fa ormai parte del linguaggio quotidiano. Cosa si cela dietro una notizia falsificata? Un errore involontario in un articolo o una prognosi che si rivela sbagliata sono già delle fake news? Fondamentalmente no.

Le fake news sono «false o fuorvianti e sono diffuse da persone che hanno l'intenzione di ingannare o che sono indifferenti alla verità», è la definizione che si legge sul sito tedesco dedicato alla cultura della discussione (forum-streitkultur.de). Ciò che conta non è solo la falsità di un messaggio, ma anche l'intenzione che sta dietro.

Il termine fake news ha assunto un secondo significato sotto la presidenza di Donald Trump: egli allarga la definizione a tutto ciò che considera sconveniente nei suoi confronti. Per lui, fake news è un termine di battaglia politica, simile al termine tedesco «Lügenpresse», in italiano «stampa bugiarda».

Determinati a diffondere fake news

La disinformazione verte spesso su storie liberamente inventate e camuffate da notizie. Ad esempio, nella campagna per le elezioni presidenziali americane del 2016, si è sostenuto che il Papa abbia appoggiato la candidatura di Donald Trump o che Hillary Clinton gestiva un giro di pornografia infantile camuffato da pizzeria. Disinformazione, teorie di cospirazione e fake news vanno di pari passo.

La diffusione di fake news avviene per motivi ideologici, politici, personali o finanziari. Con le fake news si possono anche fare soldi. I contributi sono di solito pubblicati su siti internet che si presentano come mezzi di comunicazione di massa seri per mascherare la loro mancanza di veridicità. Questa imitazione rende difficile riconoscere i siti web di fake news. Le prime spie sono titoli scandalistici e la mancanza di informazioni sul copyright e sulle fonti.

INFO

Ethan Zuckerman del Massachusetts Institute of Technology (MIT) distingue tre forme di fake news:

1. **Notizie che danno un'attenzione ingiustificata a un determinato argomento:** quando un argomento viene spesso riproposto dai media, si ha l'impressione che sia importante, anche se rispetto ad altri argomenti non è affatto vero. Ciò che è falso in questo caso non è l'argomento in sé ma la sua presunta importanza.
2. **Propaganda:** componente classica della politica e delle campagne elettorali, la propaganda descrive il mix tra informazioni vere e false il cui scopo è quello di indebolire la posizione dell'avversario e rinforzare la propria.
3. **Disinformazione mirata:** nella sua portata e nella sua frequenza questa tattica è nuova. Non mira a far credere qualcosa di sbagliato, ma a rendere le persone incapaci di distinguere tra vero e falso, tra fonti serie e inaffidabili.

Voci, scherzi, errori e manipolazioni: che cos'è cosa?



Acchiappa clic

Fake news che vengono pubblicate per motivi di interesse finanziario. «Clickbait» significa letteralmente «esca da clic». Il messaggio è suddiviso in diverse pagine in modo che lettrici e lettori continuino a cliccare su di esso e quindi a vedere il maggior numero possibile di annunci pubblicitari.



Catena di sant'Antonio

Messaggio da inoltrare. Coloro che interrompono la catena sono a volte minacciati da conseguenze drammatiche, coloro che partecipano sono teoricamente ricompensati.



Fake news

Notizie false o fuorvianti diffuse da persone con un intento ingannevole o che sono indifferenti alla verità.



Bufala mediatica

Scherzo che viene perlopiù diffuso tramite SMS, WhatsApp oppure e-mail. Ad esempio catene di sant'Antonio, leggende metropolitane e bufale dei quotidiani.



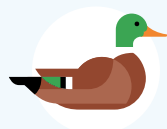
Leggenda metropolitana

Voci o storie inattendibili che originariamente venivano trasmesse oralmente e che oggi sono diffuse tramite i social media.



Teoria cospirazionista

Fatti e pure e semplici affermazioni si confondono. Di solito, un gruppo che si suppone agisca in segreto è ritenuto responsabile di eventi o condizioni reali.



Bufala giornalistica

Falsa notizia apparsa su un giornale. Le bufale dei giornali possono essere create deliberatamente o causate da un errore.

L'uso di smartphone, social e portali di notizie digitali ha accelerato notevolmente la diffusione delle fake news. Oltre a infuocare i dibattiti politici e sociali attuali, le fake news possono consolidare posizioni e pregiudizi radicati. In particolare gli eventi politici e sociali controversi generano molte notizie false in rete. Ne sono un esempio la pandemia di corona, il cambiamento climatico, la crisi dei rifugiati, o anche le votazioni e le elezioni degli ultimi anni. Anche i gruppi estremisti diffondono deliberatamente notizie false per reclutare nuovi sostenitori.

Secondo lo scienziato tedesco della comunicazione Wolfgang Schweiger va evitata una polarizzazione della società. Questo perché le bolle di filtraggio e le camere d'eco nelle reti sociali (vedi pagina 36) generano sempre più spesso una situazione in cui gli utenti di internet si sentono meglio informati, ma in realtà sono spesso più informati in modo unilaterale. I politici stanno anche discutendo il ruolo, la responsabilità e l'interesse personale delle reti sociali per trovare soluzioni.

La condivisione dei contenuti ha un doppio effetto. Non solo il sito web sul quale viene pubblicata una pagina di fake news finge di essere autentico, ma anche le utenti e gli utenti che hanno condiviso il post sembrano garantirne la correttezza. È fondamentalmente diverso se un utente Twitter sconosciuto condivide notizie false o se lo fa il presidente degli Stati Uniti. Se un contenuto è condiviso da una persona che si conosce, acquista credibilità.

Dallo studio del MIT del 2018 «La diffusione online di notizie vere e false» emerge che:

- le notizie false si diffondono con una **probabilità superiore del 70%** rispetto ad altre notizie.
- Le notizie false si diffondono **molto di più, più velocemente, in modo più profondo e ampio rispetto alla verità**. Gli effetti sono più evidenti nel caso della disinformazione politica. Sono meno visibili nelle notizie sul terrorismo, i disastri naturali, la scienza, le leggende metropolitane o la finanza.
- **La novità è un fattore importante**. Le fake news vengono percepite come più originali, ciò che fa supporre che le persone leggono più volentieri le notizie nuove.
- I robot accelerano la diffusione di notizie vere e false alla stessa velocità, suggerendo che sono **piuttosto gli esseri umani e meno i robot ad essere responsabili della drastica diffusione di notizie false**.

Benvenuti nell'era postfattuale

La Gesellschaft der deutschen Sprache ha scelto il termine «postfattuale» come parola dell'anno nel 2016. In tal modo segnala uno sviluppo sociale problematico: un numero crescente di persone crede ai propri sentimenti piuttosto che ai fatti. Un esempio: chi ha problemi finanziari e poche prospettive di risolverli è più propenso a credere che i rifugiati ricevano una paghetta sostanziosa e vivano in alloggi lussuosi.

Le fake news non sono una novità

Il fenomeno delle fake news non è nuovo. La storia dimostra che i governanti o gli stati, soprattutto in tempi di crisi o di guerra, si sono affidati fin dall'antichità a una deliberata disinformazione. Anche nelle due guerre mondiali, le notizie sono state deliberatamente manipolate e diffuse a scopo bellico. In tale ottica, forme d'arte come il cinema, la fotografia, la caricatura e la musica sono stati usati come strumenti di propaganda.

Celebrità della storia: le false notizie degli Asburgo

Grazie a fake news, la nobile famiglia degli Asburgo, originaria dell'attuale Cantone Argovia, è diventata una delle dinastie più potenti d'Europa. Nel 1356 l'imperatore Carlo IV di Lussemburgo scrisse nella Bolla d'oro che l'imperatore del Sacro Romano Impero era stato eletto da sette principi elettori – tra i quali non figuravano gli Asburgo. Il duca asburgico Rodolfo IV fece quindi redi-

gere un documento imperiale, il Privilegium Maius, per dimostrare che la sua famiglia aveva sempre goduto di privilegi simili a quelli dei principi elettori.

Il Privilegium Maius è considerato una delle più abili falsificazioni di documenti medievali. Gli scribani hanno quasi perfettamente imitato la scrittura del basso Medioevo, epoca in cui sarebbe nato il documento. Vi hanno poi apposto il sigillo di un documento autentico. Ma l'imperatore Carlo IV si insospettì del documento apparso dal nulla. Commissionò una perizia e il falso fu scoperto. Per evitare un conflitto, l'imperatore accettò comunque alcune delle richieste. Il duca Rodolfo IV raggiunse il suo obiettivo: la falsificazione medievale aiutò gli Asburgo ad una ripida ascesa e si affermò come una delle più importanti dinastie regnanti allora in Europa. Il documento contraffatto fu riconosciuto da un altro sovrano quasi un secolo dopo: l'imperatore asburgico Federico III.

Come si comporta la Svizzera

La Stapferhaus Lenzburg ha commissionato nel 2018 il sondaggio «Verità e menzogna al tempo delle fake news». Quasi 10 000 persone vi hanno partecipato.

Dai risultati emerge che le persone in Svizzera credono che le notizie false siano aumentate nei media. Oltre l'80% ritiene che l'aumento delle fake news abbia influenzato la formazione della propria opinione. Una maggioranza schiacciante crede addirittura che la diffusione di menzogne e notizie false sia una minaccia per la democrazia e la coesione sociale – anche in Svizzera.



I giovani sono scettici

Anche se i giovani in Svizzera si fidano dei media classici, in particolare dei media di diritto pubblico, si informano viepiù sui social media e tramite motori di ricerca. È quando emerge dal rapporto JAMESfocus 2019. Al tempo stesso, i ragazzi tra i 12 e i 19 anni considerano la credibilità di internet molto bassa: circa quattro giovani su cinque ritengono falso la metà o più della metà di ciò che leggono o vedono online.

La gestione di un simile dilemma non è affatto semplice. La maggior parte dei giovani si scambia informazioni sull'attualità mondiale con amici e familiari e verifica la veridicità di una notizia tramite conversazioni. Circa la metà di essi si avvale di media percepiti come seri o di diversi portali web per controllare le notizie. Molti si affidano alle

proprie conoscenze e il 26 per cento al proprio istinto. Ma solo il 3% dei giovani intervistati utilizza strumenti dedicati, specializzati nel controllo dei fatti.

Il rapporto JAMESfocus mostra che non c'è modo di aggirare lo spirito critico nei confronti dei media. Per la convivenza tra le persone è fondamentale individuare le notizie false nel modo più accurato possibile e renderle in tal modo innocue. Per raggiungere questo obiettivo, i bambini e i giovani hanno bisogno del sostegno di genitori, insegnanti ed educatori, in modo che possano sviluppare un senso per le fake news già in tenera età. Solo se hanno una competenza mediatica possono infatti informarsi in modo corretto e distinguere il vero dal falso con un elevato grado di certezza.



Arricchirsi con le fake news

Le fake news sono anche un modello commerciale con cui si possono guadagnare molti soldi. Solamente con le informazioni false sulla pandemia di coronavirus, si stima che nel 2020 i gestori di siti di fake news abbiano incassato 23 milioni di franchi grazie alla pubblicità.

Nella cittadina macedone di Veles migliaia di persone hanno guadagnato grazie alle fake news – dallo studente di informatica all'insegnante. Nel periodo d'oro dal 2015 al 2018, alcuni di loro sono diventati addirittura milionari, soprattutto grazie ai contenuti politici.

Il modello commerciale dei creatori di fake news di Veles puntava agli USA: registravano siti web con nomi comuni, tra cui pagine nel frattempo bloccate quali americapolitic.com, poi copiavano le notizie e le storie tratte da internet oppure le inventavano. L'importante era avere un titolo accattivante: infatti quanto più è sorprendente e insolito il titolo e tanto più numerosi sono i clic. La veridicità? Di secondaria importanza. Gli articoli veni-

vano diffusi attraverso il maggior numero possibile di profili Facebook, acquistati oppure creati in proprio, e poi suddivisi tra gruppi Facebook possibilmente grandi negli USA. Molti appartenenti ai gruppi leggevano i post su Facebook e visitavano i siti web, i cui proprietari guadagnavano ad ogni clic grazie alla pubblicità.

Nel frattempo Google e Facebook hanno adottato delle misure per combattere questo modello; ormai i tempi d'oro di Veles sono finiti. Oggi non è più possibile condividere una storia politica in un gruppo Facebook americano attraverso un server macedone. Secondo gli specialisti, alcuni siti web di Albania, Serbia e Kosovo stanno cercando di copiare il modello.

CONSIGLI

I siti web che diffondono le fake news guadagnano milioni con la pubblicità

Il Global Disinformation Index ha esaminato 20 000 siti web che ogni anno guadagnano circa 230 milioni di franchi grazie agli introiti pubblicitari. La pubblicità è svolta anche da grandi aziende che investono il proprio budget pubblicitario in pool di commercializzazione a cui appartengono svariati siti web, anche se perlopiù non è dato sapere quali esattamente. Le aziende non possono verificare su quali siti viene diffusa la loro pubblicità.



Pubblicità online, un affare gigantesco

Un importante ruolo nella pubblicità online è svolto dal servizio online Google AdSense, che posiziona la pubblicità sui siti web. Un algoritmo adatta la pubblicità al contenuto del sito web: se il tema è la salute, vengono pubblicizzati farmaci, se sono gli animali domestici, allora cibo per gatti. Viene pubblicato l'annuncio che promette il maggior fatturato, a beneficio anche della persona che crea i contenuti. Nel caso di siti web di fake news, i contenuti interessanti sono solo un'esca per indurre i visitatori a visualizzare la pubblicità.

Le principali società di internet si sono impegnate a intervenire contro le informazioni false. Nell'estate del 2020 Google ha introdotto un programma di identificazione che obbliga gli inserzionisti a confermare la loro identità e procede contro le false segnalazioni. Tuttavia, il gruppo di ricercatori del GDI ritiene che le società di internet debbano fare di più per contenere la diffusione di informazioni false.

Nel 2020 i siti web che diffondono teorie complottiste sul coronavirus hanno incassato da Google o Amazon almeno 23 milioni di franchi in pubblicità, come emerge da un'analisi del Global Disinformation Index (GDI), un'organizzazione non-profit che valuta la trasparenza delle pagine internet. L'analisi è condotta da un gruppo di ricercatori della Gran Bretagna che individua siti web di fake news e ne valuta i rischi.



Verità e bugie

Al di là delle questioni morali: tutti noi mentiamo, chi più chi meno. Addirittura imparare a mentire e a riconoscere le bugie è necessario allo sviluppo dei bambini. Tuttavia non deve mai mancare il confronto sul fatto che le bugie servano o meno, ed eventualmente quando e per quale motivo.

Le bugie come lubrificante sociale

Le bugie bianche sono frasi di cortesia, considerate anche un lubrificante sociale che favorisce una convivenza armoniosa. Quando la fidanzata chiede come le sta il nuovo vestito verde-grigio, la risposta «Benissimo» è più diffusa rispetto alla più sincera «Questo colore ti fa sembrare pallida». Le bugie bianche includono anche scuse per non partecipare a una riunione o false motivazioni per il proprio ritardo. Le bugie nere, invece, sono dette con un'intenzione fraudolenta o per motivi egoistici. Ad esempio, un venditore di automobili finge che un'auto usata non abbia avuto incidenti, anche se non corrisponde al vero.

Mentire è considerato immorale. Eppure le persone mentono tra le 2 e le 80 volte al giorno. La bugia sembra essere un patrimonio naturale: anche gli animali sono capaci di fingere, ad esempio per ottenere vantaggi alimentari. Le bugie dell'essere umano di solito servono a evitare i conflitti, a salvare la faccia, a allegerire o proteggere gli altri. Queste bugie sono denominate dalla scienza bugie bianche. Più rare sono le bugie nere, dietro le quali vi è l'intenzione di danneggiare un'altra persona o di ottenere vantaggi per sé stessi.



«Se un bambino sta mentendo, il suo cervello è ben sviluppato.»

Mentire è un processo mentale molto complesso che il cervello del bambino solitamente può eseguire dall'età di cinque anni. Quando i bambini crescono in una società in cui è diffusa la menzogna, è importante che imparino essi stessi a mentire e a riconoscere le bugie. Altrimenti, sarebbero impotenti di fronte a chi mente.

Tuttavia, è importante insegnare ai bambini che le bugie possono provocare molti danni. Secondo l'autore di libri Christian Saehrendt, alla fine mentire mina tutti i rapporti sociali, mentre la fiducia è una base importante della vita quotidiana. Nessuno può sempre controllare tutto ciò che dice un'altra persona e nessuno può sempre mettere in dubbio tutto.

#piùrealtàsuinstagram

Anche la raffigurazione di sé sui social network è, nella migliore delle ipotesi, solo un estratto della realtà. Gli influencer hanno creato l'hashtag #piùrealtàsuinstagram per contrastare il perfetto mondo delle illusioni e ricordare ai loro follower di non credere a tutto ciò che viene pubblicato sui social network. Di ogni scatto perfetto, glamour e photoshoppato ci sono almeno una dozzina di versioni meno lusinghiere. Per i bambini e gli adole-

scanti è particolarmente importante rendersi conto che un'immagine perfetta è il frutto di filtri fotografici, esposizione, tempo e lavoro – questo ridimensiona il tema della raffigurazione di sé.

Stanare chi mente

Da molto tempo la scienza è alla ricerca della formula con cui incastrare i bugiardi. Nel 2018 alcuni ricercatori di Granada hanno dimostrato che la temperatura di viso e mani cambia quando si mente. Una termocamera ha evidenziato che se menti, ti viene il naso freddo e la fronte calda. I ricercatori sono riusciti a identificare i bugiardi in circa l'80% dei test, quindi con un tasso di successo del 10% in più rispetto ai classici test effettuati con la macchina della verità.

I rilevatori di bugie (detti anche poligrafi) non capiscono se qualcuno sta mentendo o dicendo la verità. Tuttavia, utilizzano vari sensori per rilevare e registrare le reazioni fisiche che non sono controllabili. L'idea alla base è semplice: le persone che mentono diventano nervose; questo si può notare dalla maggiore sudorazione, dall'aumento del battito, dalla respirazione irregolare o accelerata.



Il gioco delle domande: bugia o verità?

Fate il gioco delle domande con i vostri bambini e i vostri alunni. Create un questionario con dieci domande, da copiare o stampare e distribuire a tutti i partecipanti. Come funziona: i partecipanti scrivono le loro risposte sotto ogni domanda. Poi i fogli vengono raccolti e mescolati. Tutti i bambini, i ragazzi e gli adulti estraggono il foglio di carta di un'altra persona e leggono tre risposte che li sorprendono o li colpiscono. In seguito si discutono le risposte.

1. Quanto sei bravo a dire bugie senza che nessuno se ne accorga?
2. Con chi ti riesce particolarmente facile mentire?
3. In quali situazioni hai detto delle bugie?
4. Da cosa capisci che la tua ragazza ti sta mentendo?
5. Pensi che i bambini dicano più o meno bugie degli adulti?
6. Quale bugia ti ha particolarmente ferito? Perché?
7. Si può mentire a sé stessi?
8. Ti è mai capitato di scoprire una bugia in internet?
9. Quanta verità siamo in grado di sopportare?
10. Un mondo senza bugie sarebbe un mondo migliore oppure un incubo?


Tuttavia, non esistono studi che confermino pienamente queste ipotesi. L'American Psychological Association considera addirittura un mito l'idea che la sincerità di una persona possa essere determinata attraverso cambiamenti psicofisiologici. Il poligrafo è un rivelatore non tanto di bugie quanto della paura (misurabile) di essere scoperti a mentire o di essere erroneamente sospettati di mentire. Allo stesso tempo, gli scienziati sottolineano che non tutti i bugiardi si fanno intimidire dalle domande critiche. Secondo il poligrafo, chi rimane calmo è considerato innocente.

Anche il linguaggio del corpo invia dei segnali quando si mente, facilmente osservabili. Possibili indicazioni in questo senso

sono una postura tesa, una deglutizione difficile, le braccia incrociate, lo sguardo rivolto verso destra, strofinarsi naso od occhi, coprirsi il viso, un contatto visivo rigido, l'evitare il contatto visivo, muovere rapidamente la testa quando si risponde.

Non è mai solo un dettaglio che tradisce un bugiardo, ciò che conta è l'impressione generale. Anche la lingua gioca un ruolo importante. Se una persona parlando si sbaglia spesso, ripete spesso le parole, parla improvvisamente con un tono di voce più alto o dà risposte lunghe e complicate, questi possono essere indizi che non sta dicendo la verità.

Ecco alcuni segnali verbali e non verbali per smascherare i bugiardi.



Segnali non verbali	Segnali verbali
Evitare il contatto visivo	Fare frequenti errori parlando
Sguardo fisso	Parlare in modo monotono
Pupille ristrette	Cambio di argomento evidente
Alzare gli occhi	Risposte molto rapide
Arrossire	Risposte troppo lente
Sorrisi falsi	Luoghi comuni e contraddizioni
Coprirsi la bocca	Negazioni frequenti
Sudore eccessivo	Interruzioni del discorso
Respirazione più intensa	Lunghe introduzioni
Deglutire frequentemente	Sospiri spontanei
...	...

«Le persone cercano spiegazioni e soluzioni semplici»

Le persone tendono a credere più alle informazioni che confermano la loro visione del mondo – anche se sono false. La specialista in scienze della comunicazione Edda Humprecht si occupa di ricerca sulla diffusione delle fake news e ci spiega perché la Svizzera ha più strumenti di difesa rispetto ad altri Paesi.

PERSONA

La Dr. Edda Humprecht si occupa di ricerca su comunicazione politica, giornalismo digitale e confronto tra Paesi all'Istituto per la Ricerca sui Media e la Comunicazione di Massa dell'Università di Zurigo. Dal 2016 si dedica in maniera particolare al tema delle informazioni false e dal 2019 dirige un progetto di ricerca internazionale che indaga i motivi e i meccanismi di diffusione delle fake news sui social media e le differenze tra i diversi Paesi.



Dottorssa Humprecht, perché così tante persone credono alle fake news?

I social media sono finalizzati all'intrattenimento, non al consumo di notizie. Gli utenti vogliono staccare la spina, cercano ispirazione e vogliono restare in contatto con gli amici. Essendo rilassati reagiscono maggiormente alle emozioni, riflettono meno e condividono più rapidamente i contenuti. A questo si aggiunge che nella maggior parte dei casi le informazioni false sono ben confezionate: immagini accattivanti e messaggi semplici anziché contenuti complessi. Questo piace a molti: in particolare quando predomina un clima di grande incertezza, come in questo periodo con la pandemia, cerchiamo spiegazioni che ci rendano più semplice l'ambiente complesso intorno a noi.

Ed è esattamente ciò che producono le informazioni false: dividono il mondo in bianco e nero, buoni o cattivi, una visione questa che tuttavia raramente corrisponde alla realtà.

Nella sua attività di ricerca lei indaga come le fake news si diffondono nei vari Paesi. Qual è la situazione in Svizzera?

Durante il lockdown del 2020 insieme a dei colleghi ho interpellato oltre 7000 persone in sei Paesi, chiedendo loro se metterebbero like, condividerebbero o commenterebbero post sui social media contenenti informazioni false e se sì, per quale motivo. La Svizzera ha registrato la percentuale più bassa con il 10-11%, mentre gli USA una quota molto più alta con il 25-27%. Entrambi sono valori elevati se si pensa a quanto fossero reali e forti gli esempi utilizzati. In una delle notizie false si affermava che il coronavirus era un'arma biologica sviluppata in un laboratorio cinese per danneggiare le economie mondiali. Tuttavia in Svizzera generalmente non si condividono o diffondono notizie così frequentemente come negli USA.

Per quale motivo?

Gli elementi determinanti sono l'ambiente politico, la polarizzazione della società, il ruolo dei media e la grandezza dell'economia. Quanto è divisa una società? Quanto più si allontanano i poli e tanto più è semplice diffondere le fake news. Quanta fiducia si ha nei media? Esistono media pubblici efficaci che verificano le fake news e diffondono informazioni affidabili? Se in questo caso la risposta è affermativa, solitamente le persone sono più aggiornate sui dibattiti in corso e più scettiche di fronte alle fake news. Quanto è grande un'economia? Quanto più è vasto il mercato e tanto più è redditizio: spesso infatti le fake news vengono generate per guadagnare denaro.

I fatti servono per contrastare le fake news?

Le persone tendono a credere più alle informazioni che confermano la loro visione del mondo – anche se sono false. In psicologia questo fenomeno è chiamato confirmation bias o bias di conferma. Si tratta di un fenomeno spesso osservabile nel caso di temi che generano polarizzazione, come elezioni o votazioni, poiché in questi casi la maggior parte delle persone ha opinioni forti e rigide, si schierano da una parte o dall'altra. Non si tratta necessariamente di capire se una notizia è vera o falsa, bensì di diffondere sulle reti sociali articoli che confermino la propria opinione o anche più semplicemente di condividere la propria convinzione.

«Lo sviluppo tecnologico coincide con un periodo di crescente polarizzazione sociale: entrambi questi fattori si potenziano a vicenda.»



Quindi la propria visione del mondo vince sui fatti?

I conservatori rifiutano le notizie dei media liberali di sinistra e viceversa. Se i media «respinti» esaminano i fatti e pubblicano i risultati, non gli si crede. Questo fenomeno è tanto più forte quanto più una società è polarizzata. In Svizzera i media godono di grande fiducia e la polarizzazione è minima: per questo la verifica dei fatti è rilevante e utile. Da sempre un importante compito dei media è quello di verificare i fatti. La qualità di un medium si distingue tra le altre cose da quanto seriamente esamina i fatti. Oggi più che mai è importante questa verifica poiché spesso in internet le fonti non sono riportate e si diffondono sempre più nuovi sviluppi quali i deepfake (per saperne di più sul ruolo dei media: capitolo «I media plasmano la nostra visione del mondo», pagina 32.)

Cosa possiamo fare quando persone del nostro entourage diffondono informazioni false?

Non contraddirle direttamente, bensì ascoltarle e avviare un dialogo cauto. Spesso dietro a questi atteggiamenti si nascondono paure e incertezze: molte persone sono insicure a causa di un mondo sempre più complesso e, attualmente, della pandemia e cercano spiegazioni e soluzioni semplici.

Esempio: dimostrazione per il clima o Street Parade?

L'immagine delle montagne di spazzatura alla stazione di Stadelhofen si è diffusa in modo rapido e ampio: è diventata virale. L'articolo apparso sui social media era relativo a una dimostrazione per il clima, ma l'immagine risaliva al 2016, dopo la Street Parade. L'immagine è reale, ma il contesto è stato falsato. La verifica dei fatti ha portato alla luce la realtà: di conseguenza l'articolo non è stato più condiviso e la situazione si è rapidamente calmata. Negli USA molto probabilmente le cose sarebbero andate diversamente: nelle società polarizzate le fake news continuano a diffondersi anche quando sono da tempo confutate. Non si tratta di verità, ma di valori e ideologie.



Quali rischi comportano le fake news?

Da quando le persone condividono contenuti sui social media, è aumentata la diffusione di notizie false, tramite Facebook, Instagram, Twitter o WhatsApp. Addirittura durante la pandemia circolava una quantità di notizie false ancora maggiore. Per una democrazia è un problema quando la popolazione crede ai tentativi di manipolazione, come dimostrano le ultime due votazioni americane e anche il referendum sulla Brexit.

Si possono vietare le fake news?

Raramente si incontrano articoli con notizie falsificate: le informazioni false si trovano più spesso nella comunicazione di attori politici o sui media alternativi. Frequentemente vengono omessi dei dettagli. Si tratta di una zona grigia a livello giuridico, poiché non si può vietare a nessuno di mentire: si può solo fare appello alla responsabilità e invitare le persone ad utilizzare i media in modo critico. Ma è come camminare sul filo del rasoio, poiché la società non vuole arrivare al punto in cui nessuno crede più a nulla e regna un cinismo generalizzato.

«Quali intenzioni ha il mittente? Cosa vuole raggiungere? Come posso comportarmi? Queste domande sono determinanti.»

CONSIGLI

Cinque consigli di Edda Humprecht per genitori ed insegnanti

1. Parallelamente all'utilizzo dei media va promossa anche la competenza mediatica.
2. È importante che bambini e ragazzi sappiano che esistono informazioni false e manipolazioni e siano in grado di riconoscerle.
3. Parlate con i bambini e i ragazzi dei contenuti dei media. Non appena scoprono i social media è molto importante seguirli e accompagnarli.
4. Spiegate ai bambini e ai ragazzi che non esistono tabù o domande imbarazzanti. Chi non è certo se un contenuto sia vero o meno dovrebbe chiedere ad una persona adulta di fiducia.
5. Vi sono anche siti dedicati ai bambini che insegnano a distinguere le fake news, ad esempio internetmatters.org/it

Fake news in cifre

Circa l'**80%**

dei giovani crede che solo la metà o meno delle informazioni presenti su internet sia credibile.

JAMESfocus 2019



48 milioni

di account Twitter sono bot, ossia non gestiti da persone: quasi un account su sette.

Studio di University of Southern California e Indiana University 2017



SRF

La RSI dispone di una rete interna per la verifica dei fatti formata da 15 superuser che hanno seguito una formazione specifica.



Il **48%**

dei giovani tra i 12 e i 19 anni si basa sulle proprie conoscenze per riconoscere possibili fake news.

JAMESfocus 2019

98 Mio.

Il **44%**

delle persone in Svizzera crede alle notizie che appaiono sui media.

Reuters Digital News Report



SEGUIRE

Praticamente quasi tutti i **il 95%** giovani in Svizzera seguono almeno un influencer.

Media Use Index (MUI) 2020

Per combattere la diffusione delle fake news sulle proprie piattaforme, Facebook collabora a livello mondiale con oltre 60 verificatori di fatti esterni e indipendenti che coprono oltre

50 lingue.

Contrefaire

Подделка

Fälschung

偽造



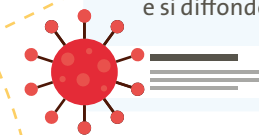
Il **51%**

dei giovani svizzeri utilizza quotidianamente i social media come fonte d'informazione.

Studio JAMES 2020

Un' **analisi dei dati**

del verificatore di fatti di Correctiv evidenzia che le informazioni dubbie sul COVID-19 sono presenti soprattutto su YouTube e si diffondono attraverso WhatsApp.



L' **83%**

delle persone in Svizzera considera le falsità e le notizie false un pericolo per la democrazia e la coesione sociale.

Sondaggio online Stapferhaus Lenzburg 2018



Sui social media la percentuale di diffusione delle notizie false

è superiore 70%

CONDIVIDI

rispetto a quella delle notizie vere.

Studio del MIT pubblicato su «Science»



Sorprendentemente reale: il potere dei deepfake

Una persona si trasforma impercettibilmente in un'altra. Quello che sembra science-fiction è possibile già da tempo – grazie ai deepfake. Questo termine indica video, foto o registrazioni audio manipolati con l'aiuto dell'intelligenza artificiale.

Avete già visto il video in cui Barack Obama insulta Donald Trump? La performance è sorprendentemente reale e se non si guarda con attenzione si potrebbe credere che sia davvero Obama a parlare. Il video è uno dei più famosi deepfake: l'attore e regista Jordan Peele ha utilizzato la tecnologia deepfake per trasferire le proprie espressioni facciali ai tratti del viso di Obama e ha anche preso in prestito la sua voce.

«Sta iniziando un'epoca in cui i nostri nemici possono far dire a chiunque qualsiasi cosa. In qualsiasi momento.»

Il vero avvertimento del falso Barack Obama

Non è una novità che le persone modifichino le immagini, ma oggi quasi tutti possono creare dei falsi e diffonderli al pubblico di massa.

La nuova dimensione delle fake news

I deepfake sono immagini, video e audio falsi ma che sembrano in tutto e per tutto reali; sono creati attraverso il Deep Learning – ossia l'apprendimento automatico, basato su grandi quantità di dati e reti neurali artificiali.

I deepfake funzionano molto bene con i personaggi pubblici, di cui circolano tantissime registrazioni video e immagini. Attraverso app gratuite anche i principianti possono manipolare i volti dei personaggi, anche se per realizzare video deepfake che sembrano veramente reali servono app costose. In primo luogo, nell'app viene inserito il maggior numero possibile di immagini e video di due persone. Il software analizza quindi tutte le espressioni facciali e, grazie all'intelligenza artificiale, impara autonomamente a trasferirle in altri video.

È chiaro che l'industria cinematografica e dei giochi informatici è interessata alla tecnologia alla base dei deepfake – semplificherebbe enormemente la post-produzione

e renderebbe i personaggi del gioco ancora più reali. Anche le aziende digitali del settore della moda lo stanno sperimentando, ad esempio per far indossare i loro abiti a modelle create artificialmente. Tutto questo dimostra ancora una volta che la tecnologia in sé non è né buona né cattiva: è solo il suo utilizzo concreto a schiudere potenzialità e rischi per le persone e la società.

Riconoscere i deepfake

Al momento è ancora relativamente facile riconoscere i deepfake; tuttavia stanno migliorando sempre di più, perché la tecnologia si è sviluppata molto più velocemente di quanto molti si aspettassero – e il suo

potenziale è enorme. Come distingueremo in futuro i deepfake dai video reali? Ci sono programmi informatici che possono smascherare i deepfake, ma da soli non rappresentano una soluzione definitiva, perché i programmi non potranno mai stare al passo con lo sviluppo. È importante per tutti noi affinare la nostra percezione e guardare i video in modo attento e critico, e lo sarà ancora di più in futuro.

Guardate insieme a vostro figlio o alla vostra classe un video deepfake al fine di sviluppare una certa sensibilità verso questo fenomeno. Discutete per capire da cosa si riconosce la falsificazione.

SPERIMENTATE ANCHE VOI

1. **La verifica delle fonti è fondamentale:** la fonte è affidabile? È possibile verificare il contenuto con una seconda fonte?
2. **L'importanza dei dettagli:** le sopracciglia hanno una forma corretta? Non mancano le lentiggini? I capelli o le orecchie hanno una forma strana? Anche diverse tonalità della pelle e una particolare lucentezza del viso oppure uno sfondo insolito possono rappresentare degli indizi.
3. Solitamente è molto complicato correggere l'**illuminazione e l'incidenza della luce**. E il nostro occhio è in grado di riconoscere ombre innaturali.
4. Se la persona nel video non **sbatte** le palpebre oppure lo fa troppo spesso, bisogna insospettirsi.
5. Fate attenzione ai **contorni dei visi**: è difficile infatti far combaciare perfettamente visi di dimensioni diverse – nei deepfake questa zona può essere poco nitida.
6. Le **differenze di qualità** tra il volto e il resto del video sono sospette. Questo perché i deepfake hanno spesso una risoluzione più alta rispetto al resto del video.
7. I fake si riconoscono anche da una pessima sincronia labiale e **dal suono artificiale della voce**, che è particolarmente difficile da falsificare.
8. **Cosa ci dice il buon senso?** La cosa più importante è fermarsi un attimo e non fidarsi ciecamente di nessun video. Può essere utile porsi queste domande: questa persona direbbe davvero una cosa del genere? Perché? Quali interessi ci sono dietro? Il video corrisponde all'immagine che ho di questo personaggio?

Smascherare le fake news



Maurice ha 14 anni, vive a Losanna ed è stanco di non sapere a cosa credere su internet e a cosa no. A scuola, insieme alla sua classe, ha elaborato sei consigli utili per individuare le fake news e li spiega a enter.

Una cosa è capire quanto si vantino influencer o compagni di scuola su Instagram o TikTok: è fastidioso, ma so anche che la loro vita non è così perfetta come sembra. Tutt'altra cosa invece è capire se qualcuno si inventa un testo oppure falsifica un'immagine o un video.

Ho visto due video che mi hanno fatto riflettere: in uno si vede uno snowboarder inseguito da un orso, nell'altro un tuffatore che sta lottando con uno squalo. I video hanno registrato milioni di visualizzazioni e sembrano veri, ma sono fake. I cineasti australiani volevano mostrare con quanta rapidità si

diffondono i video: anche io li ho trovati divertenti, ok. Ma le immagini e i video falsi sono usati anche per diffondere odio e manipolare le opinioni, per esempio quando si tratta di cambiamenti climatici o di rifugiati, quando dietro ci sono interessi politici o economici. Succede sempre più spesso che nella vita reale si scatenino violenza o persecuzioni a causa di fake news diffuse su internet.

Nella nostra classe abbiamo elaborato insieme all'insegnante sei consigli per smascherare le fake news. Sono consigli davvero importanti oggi per la nostra generazione, eccoli.

I miei sei consigli per te – seguili subito, sono utili

1. Titoloni sensazionalistici – e tutti ci cascano!!!!

Se un titolo risulta eccessivo e combina tanti punti esclamativi e interrogativi con immagini estreme, può indicare una fake news. Una confezione accattivante serve ad attirare i lettori e il contenuto passa così in secondo piano. Il titolo e il contenuto di un articolo sono coerenti? Oppure il titolo è talmente esagerato che non corrisponde per niente ai fatti narrati dell'articolo? In questo caso: lascia stare!

2. Chiedi al motore di ricerca

La maggior parte delle fake news si trovano sui social media. Se hai dei dubbi, copia una frase chiave nel motore di ricerca. Tra i risultati trovi altre pagine o media affidabili che riportano l'argomento esattamente come l'hai letto? Se così non è, comincia a dubitare. Filtra i risultati cercando dichiarazioni contrastanti. Forse troverai alcune informazioni di base che ti aiuteranno ad avere un quadro generale.

A volte puoi anche trovare direttamente un controllo dei fatti sull'argomento, per esempio nel quiz della RSI, attraverso il collettivo di ricerca Correctiv o su pagine speciali quali bnews.unimib.it o osservatorionline.it. Controlla questi siti web di tanto in tanto, sono davvero interessanti.

3. Verifica le fonti

Ipotizziamo che hai visto un video su YouTube che non ti convince. Controlla chi è il proprietario del canale YouTube, quali altri video il canale diffonde, da quanto tempo esiste e quanti abbonati ha. Su Instagram o Facebook puoi visualizzare il profilo utilizzato per diffondere le notizie. Quanti follower ha la persona, qual è l'immagine del suo profilo, quale la sua professione? È indicato il nome completo?

Fai attenzione quando il profilo ha solo pochi follower ed è stato creato da poco. Forse non appartiene affatto a una persona reale, ma è un social bot – un programma informatico per robot che scrive e diffonde notizie in modo autonomo. Se le notizie contengono link a siti web, controlla se includono anche le note con le informazioni sugli autori: se un sito ne è sprovvisto non dovresti fidarti

4. Cerca l'essenziale

Spesso le notizie inventate o falsificate sono scritte con un tono molto easy. Cerca di trovare il nucleo essenziale delle notizie: Chi racconta? Da dove? Quando è accaduto il fatto presunto? E di cosa si tratta esattamente? Nella maggior parte delle notizie false, tutte queste informazioni sono poco chiare o offuscate e non possono essere verificate oppure solo con grande difficoltà. Se si parla di un medico francese nella megalopoli di Shanghai, non hai alcuna possibilità di trovarlo. Ma se la notizia è vera, probabilmente nell'articolo è citato il suo vero nome.



5. Verifica i fatti

Verifica se il file di testo, immagine, video o audio ha una data di creazione. Controlla se le cifre e i fatti citati sono aggiornati e plausibili; il motore di ricerca ti può aiutare. L'immagine corrisponde al contenuto? La foto è stata effettivamente scattata nel luogo indicato? Cartelloni pubblicitari, segnali stradali e targhe automobilistiche possono fornirti delle indicazioni utili.

6. Verifica immagini e video

La ricerca inversa delle immagini può aiutarti a scoprire la reale origine di un'immagine: images.google.com. I video mostrano più di quanto si possa vedere a prima vista. Se guardi un video fotogramma per fotogramma, puoi scoprire dettagli apparentemente irrilevanti che ti possono aiutare a determinare dove o quando è stato girato.

Ecco come funziona

Riproduci su YouTube il video fino al punto critico e premi la barra spaziatrice per mettere in pausa il video. Poi premi il tasto virgola «,» per avanzare di un fotogramma e il tasto punto «.» per tornare indietro di un fotogramma. In questo modo puoi arrivare esattamente all'immagine fissa che ti interessa.

Durante l'elaborazione dei sei consigli, abbiamo notato che non sempre ci sono risposte chiare e definitive a tutte le domande. Si tratta piuttosto di sensazioni che possono aiutarci a capire se qualcosa è sicuramente vero o forse falso. In caso di dubbio, bisogna evitare di condividere il post o il link e comunicare con calma al mittente i propri dubbi sulla veridicità della notizia.

Un'altra cosa per me importante: chiediti sempre quale sia l'intenzione che sta dietro a una notizia. Spesso le notizie false servono a rafforzare degli aspetti negativi, a generare paura e panico. Prima di inoltrare o raccomandare un messaggio pensa a quali effetti potrebbe avere sulle altre persone.

Ed ecco un quiz fantastico
>> fakenewslab.it



Il cervello plasma la realtà

Il nostro cervello elabora una quantità enorme di informazioni e regola complessi processi corporei. Tuttavia non ci presenta il mondo come è effettivamente. Il nostro modo di percepire il mondo attorno a noi è per gran parte il risultato di una speculazione del cervello.

Il cervello umano pesa circa il 2% del peso corporeo e utilizza il 20% dell'ossigeno che si trova nel sangue, una cifra che aumenta quando dobbiamo risolvere dei problemi; il cervello è quindi il principale responsabile del consumo di energia dell'organismo. È qui dove convergono le percezioni e dove quasi tutte le funzioni dell'organismo sono sorvegliate e coordinate. Le numerose informazioni che riceviamo costantemente vengono elaborate, valutate, collegate alle conoscenze già disponibili, archiviate nella memoria e poi cancellate. Il pensiero, i sentimenti e le azioni si svolgono nel cervello.

Come il cervello acquisisce le conoscenze

Circa 100 miliardi di neuroni nel cervello si scambiano ininterrottamente segnali e compongono il quadro della nostra percezione. I neuroni costituiscono una rete in continua evoluzione e immagazzinano le conoscenze che acquisiamo nel corso della nostra vita. Con ogni nuovo vocabolo inglese, regola grammaticale o metodo di calcolo che impariamo sviluppiamo questa rete. Durante l'apprendimento si creano nuovi collegamenti; l'esercizio regolare è come un allenamento di forza: così come in

Le funzioni dei due emisferi cerebrali

Emisfero sinistro	Emisfero destro
Linguaggio – lettura – calcolo	Linguaggio corporeo – linguaggio figurato
Razionalità – logica	Intuizione – sensazioni
Regole/norme	Creatività – spontaneità
Concentrazione su un punto	Discontinuità
	Curiosità – gioco – rischio
Analisi – dettaglio	Sintesi – panoramica
Scienza	Arte – danza – musica...
Passo per passo	Globalità
Dettagli	Interrelazioni
Cognizione del tempo	Cognizione dello spazio

palestra potenziamo i muscoli, con l'apprendimento alleniamo il nostro cervello, migliorando le sue prestazioni e la memoria.



«È impossibile pensare senza usare i nostri cinque sensi», ha affermato Albert Einstein.

Attraverso gli organi di senso riceviamo nuove impressioni: ciò che stiamo vedendo, toccando, annusando e gustando è un'occasione per il nostro cervello per richiamare esperienze immagazzinate nella memoria. Il cervello non ci presenta il mondo come è effettivamente.

«Il nostro modo di percepire il mondo attorno a noi è per gran parte il risultato di una speculazione del cervello.»

L'organo preposto al nostro pensiero crea l'immagine del nostro mondo, della nostra realtà, nella maggior parte dei casi correttamente, ma non sempre. Talvolta addirittura occulta alcune informazioni evidenti.

>> [Approfondite il ruolo del cervello nell'edizione «A testa alta» di enter: swisscom.ch/enter](https://www.swisscom.ch/enter)

Il cervello pensa a scompartimenti

Noi compiamo oltre l'80% delle nostre azioni in mood automatico, senza esserne consapevoli. Il cervello tende a trasformare tutto in routine, perché pensare costa fatica. Le routine lo aiutano a risparmiare energia e ridurre i rischi: si tratta di un processo utile dal punto di vista neurobiologico, addirittura essenziale per la nostra sopravvivenza. Tuttavia, a volte è anche sfavorevole, ad esempio quando acquisiamo abitudini negative o ci troviamo di fronte a interrelazioni complesse.

Il cervello offusca le informazioni «scomode» per proteggerci o semplificarci la vita. Tuttavia in un'epoca caratterizzata da flussi ininterrotti di informazioni, questa reazione può rappresentare un ostacolo, poiché in tal modo non vediamo i fatti reali, bensì accorciamo i percorsi mentali e cadiamo in continue trappole.

Le emozioni influenzano i giudizi

Recenti studi condotti dall'Università Humboldt di Berlino evidenziano come le notizie che scatenano emozioni quali l'eccitazione o l'indignazione influenzano le informazioni che riceviamo. I titoli con contenuti emotivi influenzano i nostri giudizi sulle persone anche quando giudichiamo la fonte poco affidabile. Se siamo coinvolti sul piano emotivo, avremo molte meno riserve circa l'affidabilità di una fonte.

Indurre il cervello a capire le interrelazioni complesse

Quando il cervello riceve nuove informazioni, le valuta e crea nuovi percorsi per «trasportarle» verso il luogo in cui saranno memorizzate. Quanto più frequentemente abbiamo a che fare con una notizia o un'opinione e quanto più questa coincide con le nostre convinzioni, tanto più il percorso è ampio.

Quando poi riceviamo nuove informazioni che contrastano con ciò che già sappiamo, si può produrre come una sorta di blocco stradale: le nuove informazioni non vengono elaborate per prime. Per il cervello è faticoso elaborare nuove informazioni complesse poiché ogni volta deve costruire un nuovo percorso.

In più le interrelazioni complesse sono di più difficile elaborazione, ad esempio il fatto che esista il surriscaldamento globale nonostante in inverno faccia freddo. Molte persone faticano a comprendere la minaccia rappresentata dal cambiamento climatico e le relative interrelazioni. **Ma la buona notizia è che possiamo indurre il cervello a capire interrelazioni complesse e talvolta non evidenti, come il cambiamento climatico.** In questo modo il cervello impara a cercare le interrelazioni anche quando non sono immediatamente visibili. «Il cervello ha dei pregiudizi affinché possiamo reagire in

modo rapido nelle situazioni estreme. Ma dobbiamo essere consapevoli di come aggirare questo processo», spiega il coach Andrey Stoycheff.

Il Prof. Gerald Hüther, neurobiologo, lo spiega così: «I nostri atteggiamenti interiori nascono dalle esperienze che facciamo durante la vita. E ad ogni esperienza, nel cervello si attivano contemporaneamente due reti: una cognitiva e una emotiva. Queste due reti si uniscono, e quando una persona fa la stessa esperienza più volte, si fondono e formano un atteggiamento interiore.» Gerald Hüther sottolinea che non si può modificare in modo forzato questo atteggiamento interiore: si può solo spronare, incoraggiare e ispirare le persone a vivere esperienze diverse e più vantaggiose.

Per cambiare mentalità servono esercizio e motivazione.

TRUCCHI

Uscire dalla spirale dei pensieri

Tre trucchetti che potete esercitare con i vostri figli o scolari.

1. **Svuotate la mente:** ricordate il profumo della fondue. Mentre cercate di richiamare il profumo il vostro emisfero sinistro non ha alcuna possibilità. Già dieci secondi dopo il vostro cervello è pronto per ricominciare.
2. **Aumentate la velocità di pensiero,** in quanto influisce sul risultato: i percorsi associativi seguiti dal cervello alla stessa velocità di pensiero, a velocità più elevate vengono semplicemente ignorati. È come saltare un'uscita autostradale e arrivare in un altro posto.
3. **Spiegate la vostra sfida a un'altra persona:** anche se l'altra persona tace o se voi parlate al vostro cane, il processo linguistico potenzia l'attivazione e la nuova mappa mentale al fine di risolvere il problema. Per questa ragione spesso «parliamo da soli».

«La fiducia è molto più utile dei divieti»

I bambini fanno le prime esperienze con i media digitali sempre più in tenera età. La pedagogista dei media Antoinette Räss conosce gli ostacoli e sa come possono essere eliminati da insegnanti e genitori.

PERSONA

La pedagogista dei media Antoinette Räss insegna alla scuola primaria di Wabern ed è docente di Media e informatica all'ASP di Berna. Insegna da 27 anni ed è convinta che le possibilità offerte dal mondo digitale siano molte più di quanto si pensi oggi.



Signora Räss, lei insegna ai bambini tra i quattro e gli

undici anni. Qual è oggi la competenza mediatica degli scolari?

Sin da piccoli i bambini utilizzano tablet e smartphone in modo molto naturale, guardano video, giocano con i videogame o inviano fotografie. Tuttavia il loro rapporto con i media digitali non è automaticamente anche competente, al contrario. Ritengo addirittura che debbano imparare ancora molto. Alcuni bambini utilizzano i media digitali senza conoscerne i rischi né le opportunità.

Cosa intende esattamente?

WhatsApp può essere utilizzato a partire dai 16 anni, Facebook, Instagram e TikTok dai 13 anni. Molti scolari della scuola primaria utilizzano i social media, ma non sanno nulla di diritto d'autore o proprietà delle immagini e non conoscono le conseguenze di eventuali violazioni.

«I bambini non analizzano ciò che fanno, ma copiano i genitori.»

Il corretto utilizzo dei media è un tema che viene affrontato in famiglia?

Perlopiù no. Io definisco i genitori tra i 30 e i 40 anni una generazione mediatica perduta. Pur essendo nativi digitali, raramente analizzano il proprio comportamento di consumo dei media. Quando loro erano bambini non si parlava ancora di competenza mediatica.

In che modo inserisce la competenza mediatica nelle sue lezioni?

Ora esiste il piano didattico modulare «Media e informatica» impiegato sin dalla scuola materna, che secondo me è estremamente importante, perché i bambini fanno le prime

esperienze con i media digitali sempre più in tenera età. Nelle lezioni preferisco utilizzare esempi tratti dalla quotidianità, che riguardano i bambini – sono più efficaci.

Cosa consiglia ai genitori?

Per me, interesse e fiducia sono elementi importanti; mi interessa scoprire ciò che diverte i bambini online. Se hanno l'impressione che io, in quanto insegnante, capisco il loro comportamento mediatico e che possano fidarsi di me, allora mi fanno delle domande. Capita che i bambini su internet si imbattano in contenuti delicati: se un bambino viene molestato da un adulto in una chat, è importante che si fidi e chieda consiglio – anche se chattare non gli era permesso.

«Altrimenti il bambino rimane solo e non può elaborare ciò che ha vissuto.»

Il tema delle fake news viene affrontato a scuola?

Le catene di sant'Antonio sono tuttora in circolazione, via SMS o su WhatsApp. Una volta un gruppo di bambini ha fatto uno scherzo con una fotografia tratta dal sito web della scuola.

Ci raccontate!

Un bambino ha stampato la foto di un'insegnante pubblicata sul sito web della scuola e l'ha usata per fare un annuncio alla fermata dell'autobus in cui si dichiarava che l'insegnante aveva rubato qualcosa. È stato uno scherzo, ma si è rivelato anche un buon esempio di fake news, che abbiamo poi ripreso in classe: furto di immagini su internet, dichiarazione del falso, danneggiamento della reputazione di qualcuno.

Le immagini sembrano essere un argomento importante.

Sicuramente. Molti bambini e giovani hanno uno smartphone, fanno fotografie, le condividono su WhatsApp e altre piattaforme, le riutilizzano. Quando durante le lezioni parliamo di immagini o le elaboriamo, discutiamo fino a che punto un'immagine può essere modificata e quanto è semplice creare una nuova immagine partendo da più immagini.

Come deve comportarsi un bambino che cerca la foto di un gatto per i compiti a casa?

- La cosa migliore è che scatti una foto del suo gatto.
- In alternativa può cercare immagini il cui utilizzo è consentito, ad esempio su pixabay.com, unsplash.com, flickr.com – e selezionare il filtro «Creative Commons».
- Su Google si possono effettuare ricerche sotto «Immagini» selezionando tra i filtri di ricerca «Licenze Creative Commons»: la maggior parte di queste sono utilizzabili gratuitamente.

Lei è stata una delle prime insegnanti a svolgere un progetto mediante iPad con la sua classe. Quanto sono utilizzati oggi i tablet durante le lezioni?

Mediamente, in una classe si utilizzano sette dispositivi. Per me è importante mostrare ai bambini come usare il tablet anche come divertente strumento di lavoro. Una delle mie app preferite è Book Creator: si possono creare eBook multimediali in modo molto semplice. Una volta provata, molti bambini usano questa app anche nel tempo libero. I media digitali offrono grandi opportunità: l'importante è trovare il giusto mix tra esperienze analogiche e digitali.

I media plasmano la nostra visione del mondo

I media indipendenti sono importanti per la democrazia diretta. Tuttavia i media tradizionali si stanno trasformando, mentre i media digitali e alternative sono sempre più diffusi.

Il ruolo particolare svolto dai media in una democrazia spesso è trascurato. Una democrazia diretta deve disporre di media liberi, diversificati e indipendenti che permettono di confrontare diverse rappresentazioni e il formarsi di una propria opinione.

La parola latina medium significa intermediario. Nella maggior parte dei casi quando si parla di media si intendono i mass media che diffondono informazioni a un gran numero di persone. I media devono assumere una funzione di allerta, dare spazio a tanti temi e persone, trattare in modo critico chi detiene il potere e dare un ordine agli eventi.

I media nella Costituzione federale

La libertà di opinione e la libertà di stampa sono il frutto di un processo di maturazione sociale lungo e costellato di conflitti.

I compiti della radio e della televisione sono così descritti nell'articolo 93 della Costituzione federale:

«La radio e la televisione contribuiscono all'istruzione e allo sviluppo culturale, alla libera formazione delle opinioni e all'intrattenimento. Considerano le particolarità del Paese e i bisogni dei Cantoni. Presentano gli avvenimenti in modo corretto e riflettono adeguatamente la pluralità delle opinioni.»

L'articolo 93 non menziona però i media stampati e online: questa lacuna potrebbe essere colmata grazie a un intervento parlamentare che propone di integrare tutti i media nella Costituzione federale.

Fiducia nei media

Il 44% delle persone in Svizzera ha fiducia nelle notizie diffuse dei media – questo il risultato del Reuters Digital News Report 2020, un valore che è diminuito di due punti percentuali rispetto all'anno precedente. Secondo Edda Humprecht, scienziata della comunicazione dell'Università di Zurigo, la fiducia nelle istituzioni – i governi o lo Stato di diritto – è in declino in tutto il mondo e con essa la fiducia nei media tradizionali. In Svizzera, tuttavia, la fiducia nelle istituzioni democratiche è relativamente stabile.

«Solo poco meno del 20% delle persone in Svizzera ha fiducia nei social media; tuttavia li utilizza sempre più spesso.»

Allo stesso tempo, in Svizzera si utilizzano sempre meno i media tradizionali quali radio e televisione, giornali e riviste. Il calo del numero di giovani lettori di giornali gratuiti è impressionante: nel 2012, il 49% dei giovani tra i 12 e i 19 anni leggeva ancora giornali gratuiti, mentre nel 2020 solo il 10% (studio JAMES 2020).

Il 36% delle persone in Svizzera ormai non consuma più le notizie tradizionali; nella fascia tra i 16 e i 29 anni questa percentuale è addirittura del 56% (Qualität der Medien 2019). Sotto il profilo democratico si tratta di un valore preoccupante: **chi non legge, ascolta o guarda notizie, difficilmente potrà acquisire conoscenze e competenze politiche.**

Perché i media indipendenti sono importanti

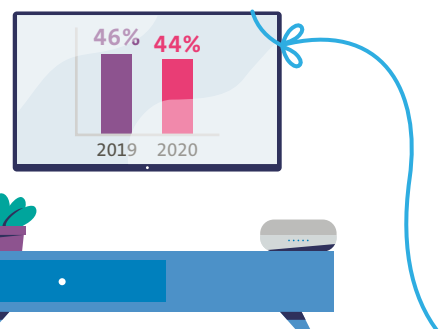
La Società svizzera di radiotelevisione (SSR) svolge un mandato sociale in base alla Costituzione, alla legge e alla concessione e in cambio riceve i proventi dei canoni radiofonici e televisivi. Questi servono a finanziare la SSR e i programmi radiofonici e televisivi locali in tutta la Svizzera e in tutte le lingue nazionali. Nel 2018 il popolo svizzero ha respinto l'abolizione del canone che ammonta a 335 franchi all'anno per nucleo familiare e non dipende più dalla presenza di apparecchi in grado di ricevere programmi radio o televisivi.

- Un'informazione diversificata in tutte le lingue nazionali è importante per la formazione dell'opinione pubblica nella democrazia diretta.
- Senza il canone radiotelevisivo, i media dipenderebbero sempre più da finanziatori privati, da entrate pubblicitarie e da società straniere, con il rischio di influenze politiche.
- L'abolizione dei canoni significherebbe anche la fine del servizio pubblico – molti programmi non potrebbero più essere prodotti.

I media in trasformazione

Le strutture tradizionali dei media sono in fase di trasformazione. Internet sta cambiando il modo con cui le persone utilizzano le informazioni e anche chi può fornirle. I video di YouTube realizzati da presunti esperti competono online con i media tradizionali come il «New York Times».

L'offerta d'informazione globale, per lo più gratuita, mette sotto pressione i media svizzeri. **I media privati si finanziano principalmente attraverso la pubblicità;** i giornali guadagnano anche grazie alla vendita di versioni stampate e agli abbonamenti (stampa e online). Sia i media privati che quelli pubblici hanno sempre meno lettori e utenti, e soprattutto durante la pandemia, un numero sempre minore di clienti pubblicitari. **Nel frattempo Google, Facebook e Co. in Svizzera hanno più entrate pubblicitarie di tutti i media messi insieme.**



CHF 335.–
all'anno

«È diventato difficile capire se un'informazione è vera o falsa.»

Per motivi finanziari le imprese del settore dei media fondono redazioni, sciolgono redazioni regionali, tagliano posti di lavoro e cercano nuovi modelli di business. I tre principali gruppi di media privati in Svizzera sono: TX Group (già Tamedia), Ringier e il gruppo NZZ. Questi sono proprietari non solo di giornali e riviste stampati, ma anche di canali radiofonici, portali online ed eventi.

È stato predisposto un pacchetto di aiuti statali per i media pubblici e privati, compresi i media online. Tuttavia questi aiuti sono anche oggetto di critiche, dato che nel 2020 le aziende private del settore dei media hanno versato generosi dividendi a propri azionisti.

I media non sono mai intermediari neutrali, bensì plasmano la realtà. I giornalisti hanno una grande responsabilità: scelgono gli argomenti, quanto entrare nei dettagli, quali persone intervistare, quali informazioni omettere. I diversi media presentano gli

eventi in modo molto diverso; inoltre nelle notizie giocano un ruolo anche le convinzioni e gli interessi politici ed economici. Per esempio, una rivista può essere vicina a un partito politico oppure gli editori si preoccupano delle cifre di vendita e adattano i loro contenuti ai gusti del pubblico. **Ecco perché è importante esaminare criticamente il lavoro dei media e scegliere diversi media che rappresentano opinioni opposte.**

Valutare le informazioni oggi è più difficile che accedervi: le fonti online raramente sono indicate. La verifica dei fatti è sempre stata un compito dei media e anche del pubblico e in questo periodo è più importante che mai. Le grandi società dei media dispongono di team di verifica dei fatti; inoltre su tuteladigitale.it, hate-trackers.com e altre piattaforme vengono svolte verifiche indipendenti dei fatti (vedi anche pagina 24).

INFORMAZIONI

Come funziona la ricerca

Effettuare una ricerca, selezionare in base alla rilevanza, classificare, commentare, comunicare in modo adeguato al lettore: questo è il giornalismo. Nella loro ricerca, i giornalisti utilizzano due metodi diversi: «dall'esterno verso l'interno» e «in profondità, non in ampiezza». La ricerca inizia controllando le informazioni provenienti da fonti neutrali e in gran parte non coinvolte nei fatti: archivi di giornali e riviste, banche dati, libri e biblioteche, esperti, testimoni oculari indipendenti e osservatori. Solo quando un giornalista ha raccolto molte informazioni, svolge delle interviste. Solo se la giornalista è ben preparata può classificare le dichiarazioni di parte e scoprire eventuali insabbiamenti e atteggiamenti personali o politici.

LO SAPEVATE?

Il Consiglio svizzero della stampa promuove l'autoregolamentazione dei media

Il Consiglio svizzero della stampa è un organo indipendente che controlla la qualità del giornalismo e l'etica giornalistica. Il Consiglio valuta e motiva se e perché un resoconto giornalistico viola o meno il Codice deontologico. Il pubblico e i professionisti dei media possono presentare un reclamo al Consiglio della stampa attraverso una procedura gratuita. Questa possibilità promuove l'autoregolamentazione, poiché le redazioni preferiscono evitare contestazioni ufficiali.

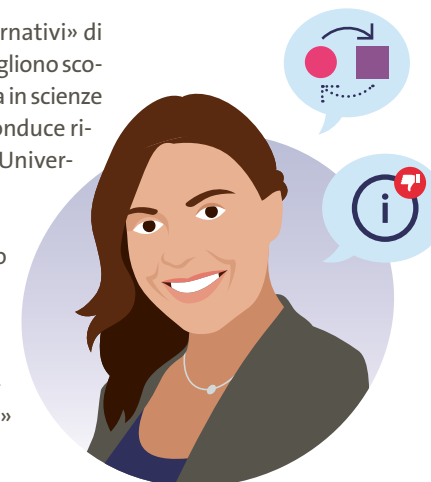
Media alternativi

I media alternativi sono le piattaforme online e i canali YouTube, che rappresentano una concorrenza ai media tradizionali. **Non esistono media alternativi, bensì molti media alternativi diversi.** La rivista digitale svizzera «Republik» è un mezzo di comunicazione alternativo perché è finanziata dai lettori, ha rinunciato alla pubblicità e s'impegna a favore di un giornalismo indipendente. In italiano il sito freeonline.org propone una serie di siti molto interessanti che fanno informazione alternativa.

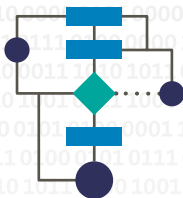
I metodi dei media alternativi si differenziano dal giornalismo di qualità. **Chi lavora per i media alternativi non è vincolato a standard giornalistici, regolamenti o codice deontologici.** Per questo motivo le informazioni perlopiù non sono fondate, le fonti non sono indicate, le lacune nei contenuti o i fatti discutibili non scoraggiano il lettore. Le esagerazioni o le dichiarazioni false sono quindi comuni e possono diffondersi rapidamente e in modo capillare grazie ai social media.

Tuttavia, il termine «media alternativi» di solito si riferisce a siti web che vogliono scoprire o rivelare qualcosa. L'esperta in scienze dei media Lisa Schwaiger, che conduce ricerche sui media alternativi all'Università di Zurigo, afferma:

«Questi media alternativi cercano di scoprire le fake news che si diffondono nei media tradizionali. Ma questi stessi siti web sono accusati di disinformazione e criticati perché diffondono fake news.»



Algoritmi – i guardiani delle chiuse



Chi decide in internet ciò che è socialmente rilevante, ciò che deve essere visibile o attirare l'attenzione? Gli algoritmi hanno più potere di quanto molti di noi possano pensare – e il loro ruolo è sempre più importante.

Nel suo libro del 2011 «Il filtro. Quello che internet ci nasconde», l'attivista della rete Eli Pariser ha coniato il termine «bolla di filtraggio». Pariser ha osservato che Google, Amazon, Facebook e Co. possono limitare la nostra visione del mondo, in quanto mostrano contenuti che **non sono neutrali, bensì personalizzati**.

Una bolla di filtraggio è un universo di informazioni particolare, realizzato dai computer intorno a tutti gli utenti di internet. Noi influenziamo questa bolla di filtraggio e allo stesso tempo influenza noi. Amazon vi propone il libro che da tempo era nella vostra lista di desiderata. Google vi consiglia automaticamente i bar nella vostra zona.

Facebook vi suggerisce i contributi di persone, gruppi o pagine con cui comunicate spesso o di cui condividete gli interessi. In questo modo visualizzate prevalentemente post che vi piacciono o rispecchiano le vostre opinioni.

Motori di ricerca, piattaforme di streaming o social media: quasi tutti i servizi selezionano automaticamente i contenuti da presentarvi; quali risultati delle ricerche, prodotti consigliati o pubblicità farvi vedere.

Chi decide cosa mostrarvi e verso quali contenuti attirare la vostra attenzione o ciò che è rilevante dal punto di vista sociale? Sono compiti svolti dagli **algoritmi, le istruzioni operative dei programmi informatici, una sorta di guardiani delle chiuse nell'era digitale**.

Gli algoritmi sono utilizzati in molti ambiti: ad esempio, nel settore sanitario, sono in grado di prevedere le eruzioni vulcaniche e fare previsioni sui libri o sulla musica che piaceranno alla massa. **Il 70% dei video visualizzati dagli utenti su YouTube è determinato dall'algoritmo di raccomandazione**. Già sulla pagina iniziale YouTube suggerisce una serie di video. Una volta guardato un video, il successivo appare automaticamente; è l'algoritmo che «calcola» i vostri gusti musicali. Questo processo può essere utile, perché vi aiuta a scoprire nuova musica di vostro gradimento. Ma non potrete mai conoscere un nuovo genere musicale come quando passate del tempo in un negozio di musica.

Si tratta del paradosso della raccomandazione personalizzata: scoprite musica, libri o viaggi che vi piacciono, ma allo stesso tempo vi perdetevi nuove esperienze che potrebbero cambiare la vostra prospettiva.

Non tutti gli algoritmi sono ugualmente intelligenti. Se avete prenotato online un viaggio in Norvegia e poi per giorni e giorni vedete i relativi banner pubblicitari, la pubblicità non risulta efficace.

Per conoscere le nostre preferenze, si analizza il comportamento d'uso su internet: gli algoritmi rilevano il tempo trascorso su un sito e i nostri clic e attraverso questi elementi calcolano il nostro probabile comportamento, considerando anche la posizione, il browser, le vecchie ricerche, i clic e i «mi piace».

«In futuro gli algoritmi vi conosceranno meglio di quanto voi vi conosciate.»

Le informazioni personalizzate piacciono agli utenti e sono un modo semplice per i grandi gruppi operanti su internet per fare soldi. **Quando vi sentite a vostro agio su un sito web, vi fermate più a lungo e siete più propensi a fare acquisti**. Si creano così casse di risonanza in cui risuona ciò che corrisponde alle nostre preferenze. I rischi insorgono quando è in gioco qualcosa di più importante del bar più vicino: se ad es. si affrontano argomenti delicati, le opinioni possono radicalizzarsi e la tolleranza si può ridurre.

Per sviluppare le opinioni personali è importante confrontarsi con idee diverse e altri punti di vista. Questo processo non è sempre armonioso, perché comprende uno scontro tra diverse visioni del mondo, ma è necessario mettere sempre in discussione la propria opinione. Le fake news sfruttano le casse di risonanza. Una volta catturati dalla cassa di risonanza di una fake news, non è così facile uscirne velocemente: da quanto più tempo si è consolidata la propria opinione e tanto più è difficile analizzarla con un approccio critico.

Uscire dalla bolla di filtraggio

- Utilizzate il maggior numero possibile di **fonti d'informazione diverse**.
- Provate anche i **motori di ricerca alternativi** che effettuano ricerche anonime, come DuckDuckGo (duckduckgo.com) o Swisscows (swisscows.ch).
- Cancellate periodicamente la **cronologia del vostro browser e i cookies**.
- Mettete «mi piace» o abbonatevi a persone, siti web o partiti con opinioni diverse dalle vostre. In questo modo **ingannate gli algoritmi** e visualizzerete nuove proposte più equilibrate.
- Quando utilizzate un motore di ricerca **effettuate il logout da Facebook**.
- **Impedite il tracking** che funziona in background e raccoglie dati. Utilizzate add-ons quali Ghostery (ghostery.com) o Disconnect (disconnect.me).

LO SAPEVATE?

Dove staziona la polizia? Lo decide l'algoritmo

Nella città californiana di Santa Cruz, è il programma informatico PredPol a decidere dove deve pattugliare la polizia e a che ora. L'algoritmo sfrutta i dati relativi ai crimini passati e prevede dove e quando si verificherà un reato, con un'affidabilità da due a tre volte superiore rispetto a quella di un essere umano.

Swisscom Corner

La digitalizzazione influenza notevolmente lo sviluppo di bambini e giovani. I media digitali offrono numerose possibilità, ma nascondono anche determinati rischi. Pertanto è necessario promuovere la competenza digitale dei bambini e dei ragazzi e stare al loro fianco. Swisscom vi offre consigli pratici, mezzi ausiliari, servizi e corsi.

Corsi sui media

Nei nostri corsi sui media scoprite il modo digitale dei vostri figli o dei vostri scolari. Potete riconoscerne opportunità e rischi, avere scambi con altri genitori o insegnanti e scoprire come seguire i bambini e i giovani in questo contesto. I corsi trattano temi di attualità, ad esempio «Fake news» e «Robotica», e si rivolgono a genitori, insegnanti e scolari: [swisscom.ch/corsimedia](https://www.swisscom.ch/corsimedia)

Mediamitico nel quotidiano

I protagonisti del sito web per genitori sono famiglie vere. Scoprite la quotidianità mediatica di altre famiglie e leggete gli utili consigli pratici: [mediamitico.ch](https://www.mediamitico.ch)

Domande?

Avete una domanda relativa ai media digitali nella vostra quotidianità in famiglia? Inviatela ora a Michael In Albon, l'incaricato della tutela dei giovani dai media di Swisscom. Vi risponderà personalmente attraverso i seguenti canali:

>> [facebook.com/michaelinalbon](https://www.facebook.com/michaelinalbon)

>> [twitter.com/michaelinalbon](https://www.twitter.com/michaelinalbon)

Guardare la TV e navigare protetti

Protegete i bambini e i ragazzi attivando il blocco dei contenuti di intrattenimento per adulti su cellulare e TV oppure stabilendo determinati orari di navigazione in internet: [swisscom.ch/protezionegiovani-tv](https://www.swisscom.ch/protezionegiovani-tv)


L'utilizzo dei media digitali da parte dei giovani

Lo studio JAMES fornisce un ritratto dell'utilizzo dei media e del comportamento nel tempo libero dei giovani tra i 12 e i 19 anni in Svizzera. Su mandato di Swisscom la ZHAW svolge un sondaggio rappresentativo ogni due anni, mentre l'anno seguente lo studio JAMESfocus offre uno sguardo approfondito sul tema. Trovate tutti i risultati su [swisscom.ch/james](https://www.swisscom.ch/james)

La guida ai media digitali enter

Le precedenti edizioni della guida ai media digitali enter dedicate ai temi «Cervello e media» e «Gaming ed e-sport» si possono leggere online oppure ordinare gratuitamente in versione stampata: [swisscom.ch/enter](https://www.swisscom.ch/enter)

Colophon

 Pronti per le persone

[swisscom.ch/persona](https://www.swisscom.ch/persona)

Editore
Concetto/realizzazione
Redazione

Swisscom SA
Agentur Nordjungs, Zurigo
Textindianer, Berna
Agentur Nordjungs, Zurigo
© 2021 by Swisscom SA,
Corporate Responsibility, Berna
enter – Fake News, gennaio 2021
Stämpfli AG, Berna
125 000 copie

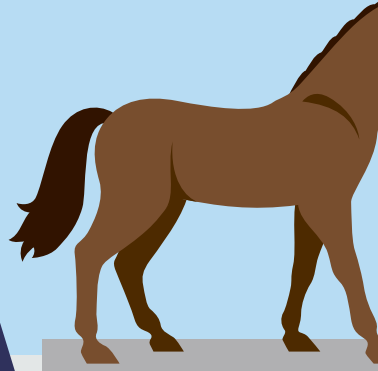
Copyright

Edizione
Stampa
Tiratura



Tutti i diritti riservati. Parti dell'opera possono essere riutilizzate indicando la fonte. La realizzazione di testi e immagini è stata fatta con grande accuratezza. Tuttavia non è possibile escludere completamente la presenza di errori. I siti web sono in continua evoluzione. Swisscom non offre quindi alcuna garanzia per la conformità di citazioni e immagini agli attuali contenuti dei siti web. L'editore e gli autori non si assumono alcuna responsabilità legale o di altro tipo per eventuali dati errati e per le possi-

bili conseguenze. Quasi tutti i nomi di hardware e software, nonché i nomi e i loghi delle aziende riportati nella presente opera sono marchi commerciali registrati e devono essere trattati come tali. Per le denominazioni dei prodotti, la redazione si è sostanzialmente attenuta alla grafia del produttore. Parità linguistica tra i sessi: le denominazioni di persone in forma maschile utilizzate in enter includono anche la corrispondente forma femminile.



swisscom