



Giorgio Falvo

Il telefono senza fili

Postverità e interpretazione del testo giornalistico



Politecnico di Milano
Scuola del Design
Corso di Laurea magistrale in Design della Comunicazione
Anno accademico 2021/2022

Il telefono senza fili

Postverità e interpretazione del testo giornalistico

Relatore:
Salvatore Zingale

Laureando:
Giorgio Falvo

Politecnico di Milano
Scuola del Design
Corso di Laurea magistrale in Design della Comunicazione
Anno accademico 2021/2022

Abstract - Italiano

La ricerca getta le sue basi nella semiotica e, tramite fonti bibliografiche e sitografiche, si è cercato di dare una definizione alla parola postverità presentando tutte le problematiche che porta con sé, sconfinando negli altri ambiti di studio dei *new media*, come la sociologia e l'antropologia e anche gli altri ambiti del design della comunicazione come lo *storytelling* insito nella produzione di notizie, il web design e la visualizzazione di dati.

Inoltre, è stato condotto un esperimento semiotico: dopo un'attenta analisi dei nuovi mezzi di trasmissione di notizie e delle nuove forme di giornalismo, sono state proposte attraverso un canale Telegram una serie di notizie, alcune verificate alcune inventate di sana pianta, per fare in modo che l'utente possa stabilire quante e quali di esse vengano percepite credibili o meno.

Obiettivo dell'esperimento è raccogliere le diverse reazioni degli utenti alle varie notizie assurde, per cercare di capire innanzitutto quanto il lettore sia "immune" a determinati tipi di notizie false, e quali riflessioni si possono fare a proposito della semiosi delle notizie online sui social e in contesti di *echo-chambers*.

Gli output saranno una serie di visualizzazioni di dati, intitolati Prime Pagine, che rappresenteranno le relazioni tra notizie e credibilità percepita mettendo a nudo, in determinati casi, come funziona l'interesse nei confronti del testo giornalistico, e quali stereotipi entrano in gioco nello *scrolling* veloce di una serie di articoli.

Abstract - English

The research lays its foundations in semiotics and, through bibliographic and website sources, an attempt has been made to give a definition to the word post-truth by presenting all the problems it brings with it, encroaching on other fields of study of new media, such as sociology and anthropology as well as other areas of communication design such as the *storytelling* involved in news production, web design and data visualization.

Furthermore, a semiotic experiment was conducted: after a careful analysis of the new means of transmitting news and the new forms of journalism, a selection of news were proposed through a Telegram channel, some verified, some invented from scratch, to make so that the user can establish how many and which of them are perceived as credible or not.

The aim of the experiment is to collect the different reactions of users to various absurd news, to try to understand first of all how “immune” the reader is to certain types of fake news, and what further reflections can be made regarding the semiosis of online news on social media and in contexts of *echo-chambers*.

The outputs will be a series of data visualizations, entitled Prime Page - Front Pages, which will represent the relationship between news and perceived credibility, exposing, at times, how the interest in journalistic text works, and which stereotypes come into play when scrolling fast a series of articles.

Indice

| | |
|---|----|
| 1. Introduzione | 9 |
| 2. L'evoluzione del testo giornalistico | 15 |
| 2.1. Abstract | 15 |
| 2.2. La nuova struttura del giornale | 16 |
| 2.2.1. Il giornale on line | 18 |
| 2.2.2. Il giornale sui social e sulle applicazioni di messaggistica istantanea | 19 |
| 2.2.3. Applicazioni aggregatrici di notizie | 20 |
| 2.3. Le notizie sui social media – Twitter e YouTube | 21 |
| 2.4. Le notizie sulle applicazioni di messaggistica istantanea | 22 |
| 2.4.1 Caso studio: intervista a “Il fritto misto” | 23 |
| 2.5 Conclusioni | 25 |
| 3. Postverità | 37 |
| 3.1. Abstract | 37 |
| 3.2. Definizione di postverità | 39 |
| 3.3. Fake news e click bait - fact checking e bipensiero | 44 |
| 3.4. Polarizzazione e propaganda - limiti all'interpretazione, limiti al racconto | 53 |
| 3.5 La teoria della cospirazione come un'alleogria satirica della realtà | 56 |
| 3.6 Conclusioni | 59 |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 4. L'esperimento - Cronaca Numistrana | 71 |
| 4.1. Abstract | 71 |
| 4.2. Obiettivi dell'esperimento | 73 |
| 4.3. Strumenti | 74 |
| 4.4. Preparazione e svolgimento | 78 |
| 4.4.1 Nome e brand | 79 |
| 4.4.2. Newsmaking | 80 |
| 4.4.3. Dataset e Grafici | 88 |
| | |
| 5. Conclusioni | 95 |
| | |
| 6. Bibliografia | 99 |
| | |
| 7. Sitografia | 103 |

1. Introduzione

Negli ultimi decenni abbiamo assistito a uno sviluppo delle tecnologie dell'informazione senza precedenti. Questi cambiamenti hanno investito il mondo dell'editoria e della stampa non solo da un punto di vista di "supporti fisici" e modelli di business (la progressiva diminuzione dell'uso della carta, la diffusione sempre maggiore di dispositivi mobili come smartphone e tablet, l'uso di internet, il favorire i servizi gratuiti o in abbonamento), ma anche da un punto di vista dei contenuti e della organizzazione di questi contenuti.

I mezzi di diffusione e trasmissione di notizie sono moltiplicati e la quantità di informazioni che vengono trasmesse e condivise è aumentata in maniera esponenziale; non solo, internet 2.0 e i social media hanno "democratizzato" la produzione e la condivisione di notizie, favorendo iniziative "dal basso" come blog, gruppi, canali, bacheche e vere e proprie iniziative di giornalismo partecipativo. Questi cambiamenti che hanno portato all'ampliamento delle possibilità per i cittadini hanno portato con sé anche dei rischi.

Si sente parlare molto spesso, infatti, e anche con un certo allarmismo, di fake news, di crisi del giornalismo¹, di deriva autoritaria, di nuove limitazioni alla libertà di stampa e di espressione². *Hate-speech vs politically correct, pensiero unico vs terrapiattisti, propagandisti russi vs vassalli della Nato, pro-vax vs no-vax, giornalisti vs influencer*, e così via. (Se ne potrebbero trovare molte altre di contrapposizioni,

ultimamente si sente parlare di *lungotermisti*)³. Gli studiosi di semiotica e dei media di comunicazione, chiamano questo fenomeno postverità e le problematiche appena evidenziate, sono solo alcune tra quelle che questo termine racchiude. Pare, come sostiene Anna Maria Lorusso (*Postverità*, Laterza, 2018), che stia venendo sempre di più a mancare una grande narrazione a favore di molteplici piccole narrazioni che attraverso il web 2.0 ci presentano una realtà sempre più frammentata, una società di massa sempre meno compatta.

Il tema desta attenzione e preoccupazione in tutti i campi, soprattutto quello del giornalismo e dei media in generale, ma anche in quello politico e nell'ambito della sicurezza in rete e fuori. La preoccupazione è legata soprattutto alla diffusione di notizie false e più in generale a una sempre crescente libertà di espressione online che dà l'illusione di democratizzare il sapere.⁴ Ma se da un lato le preoccupazioni relative ai nuovi media di informazione aumentano, dall'altro aumenta anche il consumo e la fruizione di notizie online.⁵

Chiaramente, non solo gli utenti fruitori/produttori di informazioni giocano un ruolo, ma anche istituzioni, agenzie di stampa, e operatori di marketing sono a loro volta corresponsabili e, forse anche, vittime allo stesso tempo. I rischi sono molteplici poiché i media modellano la nostra realtà e più che mai in questo periodo storico, per la loro pervasività, onnipresenza, immersività. Da una parte il rischio è quello di distaccarsi completamente dalla società, dall'altra quello di nuove limitazioni alla libertà. Le istituzioni si sono concentrate soprattutto sul tema delle *fake news*, su come limitare il fenomeno, su come riconoscerle, proponendo leggi anche molto dure che possono limitare la stessa libertà di espressione e di stampa. Tutto ciò potrebbe essere molto pericoloso poiché anche le grandi testate giornalistiche possono sbagliare, come possiamo notare ogni giorno.

Sappiamo bene che i quotidiani operano scelte strategiche per modificare plasmare, selezionare l'informazione, ovviamente non con lo scopo di mentire, ma con l'obiettivo di creare una narrazione efficace comprensibile ed in linea con le intenzioni della testata giornalistica, una narrazione che abbia senso.

Non solo, Walter Lippmann dimostra efficacemente come quello del cronista sia un lavoro di interpretazione e come diversi soggetti interpretano i fatti ed il racconto dei fatti, ognuno con i propri stereotipi. Questo lavoro, fino all'affermarsi del web e soprattutto dei dispositivi mobili, si articolava sulle pagine del quotidiano, organizzava la sua struttura, curava la scelta dell'apparato iconografico, i titoli, il ritmo, le relazioni instaurate tra i vari articoli, tutto contribuiva a costruire un discorso coerente con le scelte della testata e con il racconto della realtà, e in un certo qual modo la pagina stampata costituisce la traccia di questo lavoro.

Ma ora che le testate sono online, le notizie vengono condivise, commentate, rielaborate, “remixate” con estrema facilità ed immediatezza, ora che il quadro politico è cambiato, ora che le notizie sono state ridotte a titolo e immagine (o anche a tag e metadata) su quale “testo” deve concentrarsi la semiosi? Come possiamo interpretare una notizia e verificare la sua veridicità? George Orwell in *Diari di guerra* (Mondadori, Milano 2007) scrive, commentando una notizia:

“L'altro ieri sera, primo raid aereo di una certa importanza per l'Inghilterra. Quattordici morti, sette aerei tedeschi dichiarati abbattuti. I giornali riportano fotografie di tre carcasse di aerei tedeschi, quindi, è possibile che la dichiarazione sia vera”.

Già all'epoca questa notizia veniva considerata vera con qualche riserva, e non esistevano tutte le tecnologie di modifica di immagini e video che esistono oggi. Lo scopo di questa ricerca è indagare su come i fruitori di notizie articolino il senso di una notizia, su quanto possano essere vittime di *fake news*, su come percepiscano “la negoziazione della verità” e quanto siano efficaci e necessarie le iniziative delle istituzioni per arginare il fenomeno. Si parla di postverità con una certa insofferenza e come se fosse un fenomeno recente, come se prima dell'epoca post-moderna ci fosse stata una sorta di “verità”, come se prima dei social non ci fossero fake news, tentativi di persuasione

manipolazione o propaganda. Paradossalmente, prima della rete, i fruitori di notizie accettavano questa negoziazione della verità, erano consci del limite dell'interpretazione della realtà e di come i quotidiani si posizionavano rispetto ai fatti.

La rete, i social e l'avanzamento tecnologico, complici anche le prese di posizione di alcuni politici, ci hanno messo di fronte all'illusione di una verità raggiungibile, oggettiva e non negoziabile e soprattutto generalizzabile (e a volte anche semplificata). Ci sono alcune questioni, specie quelle di tipo scientifico alle quali non si può mettere un punto finché non ce lo mette la comunità scientifica: certe questioni sono rimaste aperte e probabilmente rimarranno tali. Se facciamo riferimento ai regimi totalitari, allora si può affermare che essi costruivano un'unica grande narrazione - ed esisteva anche il Santo Graal – funzionale al sistema.

Parlare di verità e postverità è molto complesso poiché c'è sempre un limite all'interpretazione e quindi alla descrizione e al racconto di un fatto ed è proprio la consapevolezza dell'esistenza di questo limite che contribuisce alla costruzione di un dibattito.

Come cambia la notizia dal supporto cartaceo a quello digitale e social? Su quali tipi di testi si concentra l'attenzione degli utenti? La postverità ha davvero segnato la fine delle grandi narrazioni o è il ritorno delle grandi narrazioni che sta segnando man mano la fine dell'era della postverità? Come esercitare la democrazia nell'era della postverità? Siamo sicuri che la maggior parte della popolazione si senta o sia così vittima di *fake news* come molti media asseriscono? Come la semiotica può offrirci degli strumenti per mettere alla prova la tenuta stessa delle narrazioni grandi o piccole che siano?

Per rispondere a queste domande è stato necessario innanzitutto comprendere appieno il tema del giornalismo online e definire nella maniera più opportuna tutti quei significati espressi dal termine postverità. La ricerca getta le sue basi nella semiotica e, tramite fonti bibliografiche e sitografiche, si è cercato di dare una definizione alla parola postverità presentandone tutte le problematiche che porta con sé, sconfinando negli altri ambiti di studio dei *new media*, come la

sociologia e l'antropologia e anche gli altri ambiti del design della comunicazione come lo *storytelling* insito nella produzione di notizie, il web design e la visualizzazione di dati.

Inoltre, è stato condotto un esperimento semiotico: dopo un'attenta analisi dei nuovi mezzi di trasmissione di notizie e delle nuove forme di giornalismo, sono state proposte attraverso un canale Telegram una serie di notizie, alcune verificate alcune inventate di sana pianta, per fare in modo che l'utente possa stabilire quante e quali di esse vengano percepite credibili o meno.

Obiettivo dell'esperimento è raccogliere le diverse reazioni degli utenti alle varie notizie assurde, per cercare di capire innanzitutto quanto il lettore sia "immune" a determinati tipi di notizie false, e quali riflessioni si possono fare a proposito della semiosi delle notizie online sui social e in contesti di *echo-chambers*.

Gli output saranno una serie di visualizzazioni di dati, intitolati Prime Pagine, che rappresenteranno le relazioni tra notizie e credibilità percepita mettendo a nudo in determinati casi, come funziona l'interesse nei confronti del testo giornalistico, e quali stereotipi entrano in gioco nello scrolling veloce di una serie di articoli.

Forse più che trovare la verità bisognerebbe concepire un nuovo approccio alla fruizione di notizie tramite *social network*, che favorisca la critica e la riflessione, la partecipazione ma anche la satira e il gioco. Per tanto il lavoro può essere considerato come un punto di partenza per la progettazione di artefatti diversi riguardanti la postverità ed il giornalismo sui social. I dati analizzati possono essere il punto di partenza per l'individuazione di nuovi lettori modello, o lo spunto per nuovi tipi di narrazione giornalistica. Inoltre, il sistema Telegram offre diversi sistemi di personalizzazione ed interazione e potrebbe essere utilizzato come piattaforma base per la progettazione di *newsgames* o sistemi virtuosi di giornalismo partecipativo.

Note

1. Per un'analisi sulle trasformazioni del giornalismo in Italia:
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/italy> ;
I media dopo la pandemia:
https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Sintesi_32.pdf,
<http://www.demos.it/a01974.php>.
2. https://rsf.org/en/index-methodologie-2022?year=2022&data_type=general,
<https://pagellapolitica.it/articoli/classifica-liberta-di-stampa-problemi>,
<https://www.lindipendente.online/2022/05/04/liberta-di-stampa-litalia-sprofonda-al-58-posto-nella-classifica-mondiale/>,
<https://www.informazioneeditoria.gov.it/it/attivita/contributi-erogati-e-agevolazioni-concesse/contributi-erogati-e-agevolazioni-concesse/2021/>,
<https://www.ilpost.it/charlie/i-nuovi-contributi-pubblici-ai-giornali/>,
La mala-informazione mediatica in Italia. Perché è così imbarazzante?: https://www.youtube.com/watch?v=u5_bjtSkXI4,
3. <https://www.wired.it/article/intelligenza-artificiale-paura-terminator-guadagno-marketing-musk/>.
<https://www.iltascabile.com/scienze/lungotermismo/>
4. Anna Maria Lorusso, *Postverità*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2018
5. *How and why do consumers access news on social media? | Reuters Institute for the Study of Journalism*,
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/how-and-why-do-consumers-access-news-social-media>

2. L'evoluzione del testo giornalistico

2.1. Abstract

In questo capitolo si vogliono descrivere tutte quelle trasformazioni che il testo giornalistico ha subito e subisce per essere adattato alla fruizione in rete. In effetti si potrebbe affermare che l'impostazione stessa del sito web, per prima, abbia seguito delle regole proprie della composizione della pagina di giornale nella sua progettazione. Tuttavia, nel corso del tempo, la pagina di giornale online ha assunto una forma propria. E non solo: anche la rete, evolvendosi, ha offerto nuove possibilità di impaginazione ed interazione per la composizione delle pagine web. Inoltre, la diffusione delle notizie tramite link, che vengono condivisi sui social e sulle applicazioni di messaggistica, ha imposto alle testate giornalistiche di adattare i diversi contenuti per favorire una fruizione di questo tipo.

Ovviamente è cambiato anche il modello di business e quindi anche di accesso ad un quotidiano. Ci sono più livelli e più alternative, il quotidiano cartaceo, il quotidiano online, il quale propone delle notizie gratuite e diversi servizi e contenuti di approfondimento in abbonamento. Non solo, i quotidiani si sono dovuti "spalmare" sui diversi canali offerti dalla rete aprendo i loro profili social e i loro canali. Oltre al lato "*mainstream*" troviamo anche un sottobosco di canali e profili che pubblicano notizie alcuni più autorevoli e

riconosciuti, altri meno. Soprattutto in questi contesti la notizia viene distorta, anche soltanto perché viene a mancare la voce autorevole della testata, sostituita e filtrata dai diversi profili e canali che ripropongono la notizia in maniera stringata, composta, il più delle volte, solo da testo e immagine.

I meccanismi che sottostanno all'interpretazione delle notizie online sono paralleli a quelli espressi da Anna Maria Lorusso e Patrizia Violi in *Semiotica del testo giornalistico* (Editori Laterza, Roma-Bari 2004), tuttavia essendo l'enunciato giornalistico sempre più sintetico, stereotipi e presupposizioni entrano in gioco molto più frequentemente. Nei prossimi paragrafi analizzeremo i diversi tipi di testate giornalistiche e servizi di informazione che possiamo trovare online, proponendo alcuni casi studio e cercando di capire se e quanto si possono applicare i modelli di analisi semiotica proposti nel testo citato poco sopra.

2.2. La nuova struttura del giornale

“[...] La versione digitale del quotidiano Usa New York Times, ad esempio, dal 2011 è parzialmente a pagamento, mentre il numero degli accessi online ha già superato gli abbonati del giornale cartaceo. Ciò, tuttavia, non vuol dire che il giornale si trasformi così radicalmente da snaturare le sue attuali caratteristiche di professionalità o la posizione politica legata alla linea redazionale; piuttosto, come per tutto ciò che intraprende la strada della digitalizzazione, l'essere in rete può allargarne ulteriormente le capacità espressive, arricchendolo di testimonianze sonore o video, di documenti originali, di feedback dei lettori che sarebbe impossibile utilizzare nell'edizione cartacea. Va da sé, insomma, che per mettere insieme un giornale la dimensione comunicativa classica, in cui si prevedono un Emittente-testata che produce notizie e dei pubblici che le consumano, non può essere superata a vantaggio di un «quotidiano del popolo» scritto dai lettori stessi che bypassano sia la professionalità,

sia le procedure standard necessarie a elaborare le notizie. Si allargano semmai i confini della consultazione che il lettore può fare delle diverse pagine e rubriche del giornale, che diviene più ricca e plurale, oltre alla possibilità che gli è concessa di trasformarsi a sua volta in fonte di notizie o di collaborare ai dibattiti nei blog avviati dalla redazione. Tutto ciò è possibile solo a patto che la testata coordini le diverse funzioni consentite dal web, che insomma l’iniziativa dei lettori abbia un punto di riferimento preciso e delle regole certe senza le quali si rischiano effetti di ciberbalcanizzazione”.¹

Una difficoltà particolare nell’analisi semiotica dei nuovi media è legata al fatto che questi sono in continua evoluzione. Farne un’analisi significa quindi cercare di afferrare qualcosa che, mentre viene analizzato, sta già cambiando. Si vuole partire da questa efficace sintesi delle caratteristiche principali della prima pagina di un quotidiano (Barbieri 2017):

“L’organizzazione della prima pagina di un quotidiano ha una serie di aspetti in comune con l’organizzazione dello spazio di un dipinto figurativo. Entrambi Infatti:

- sono fatti per una fruizione non rapida;
- richiedono un primo sguardo complessivo che dia un’idea della situazione;
- esibiscono una serie di agganci percettivi destinati ad attrarre l’occhio in aree di cui si propone poi una scansione più attenta;
- contengono oggetti o figure differenti e apportati tra loro sia tematicamente sia nello spazio; sono narrativamente abbastanza autonomi;
- rimandano a una realtà esterna”²

La pagina web è stata influenzata fortemente dalla prima pagina del quotidiano.

Con lo sviluppo delle tecnologie della rete le pagine web e i quotidiani si sono sempre di più influenzati a vicenda.

Per una corretta analisi semiotica dei quotidiani online bisogna prendere in considerazione il concetto di *rimediazione* elaborato da Jay David Bolter e Richard Grusin. La rimediazione è il ripresentarsi dei tratti caratteristici di un medium all'interno di un altro medium. Dato che ogni medium si esprime con il proprio linguaggio e con una sua forma specifica, la rimediazione comporta sempre necessariamente una ridefinizione. L'obiettivo è quello di avere funzioni migliori rispetto ai media precedenti, potenziandone le caratteristiche o trovarne delle nuove.

La rimediazione può essere:

- Trasparente: quando due medium fanno cose simili ma in modo diverso;
- Traslucida: quando il medium si pone come miglioramento di quello precedente, nonostante ne mantenga degli elementi;
- Aggressiva: quando il nuovo medium rimodella quello precedente, ma non può totalmente disfarsene.³

A questo modello della rimediazione, trattandosi quasi mai, di rimediazioni aggressive, possono essere affiancati i modelli della *Semiotica del testo giornalistico* proposti da Anna Maria Lorusso.⁴

2.2.1. Il giornale online

Nel panorama del giornalismo online possiamo trovare le versioni web dei quotidiani cartacei o testate giornalistiche nate direttamente sul web.⁵ La rimediazione in questi casi è trasparente al massimo traslucida, poiché il quotidiano online rende più semplici alcune dinamiche di lettura.

La gran parte dei quotidiani online si presenta ormai con aspetti molto simili, la fruizione è personalizzata in base ai *cookies* e tutti offrono contenuti extra in abbonamento. La costruzione della narrazione

giornalistica, già da questo punto, viene fatta dal giornale insieme al suo lettore, che partecipa nella selezione e in un certo senso nella topicalizzazione e tematizzazione delle notizie, che vengono suggerite non solo in base al contenuto ma anche in base agli interessi dei vari lettori modello.

La gran parte dei quotidiani online ha abbandonato completamente le logiche della pagina cartacea ma la versione web de Il sole 24 ore, propone un ottimo compromesso tra e quelle del digitale. Il risultato è cubo-futurista, mantiene le caratteristiche della prima pagina con schema a stella, una notizia centrale più impotante, e tutta una serie di contenuti intorno, però organizzati e gerarichizzati. Le notizie sono topicalizzate nelle sezioni laterali, rispetto alla notizia centrale, e nella striscia subito inferiore. Negli spazi superiori troviamo le notizie in evidenza e le sezioni del sito, inoltre gli indici economici scorrono anch'essi in orizzontale con relative infografiche. Scorrendo la pagina troviamo uno spazio per gli approfondimenti e una sezione video, presente ormai per qualunque testata.⁶

2.2.2. Il giornale sui social e sulle applicazioni di messaggistica istantanea

I quotidiani hanno occupato tutti i canali offerti dal web 2.0. L'organizzazione dei contenuti non riguarda più solo la pagina di giornale e neanche soltanto la pagina web. Dallo pseudo-ambiente dell'opinione pubblica⁷ si è passati all'ambiente virtuale dei social media. Non si tratta soltanto di interfaccia e *layout*, non soltanto l'espressione della forma, quindi, ma è necessario riadattare e risSelectedare i contenuti appositamente e specificatamente per ogni *social network*, poichè cambia anche la sostanza.

Il racconto giornalistico de Il sole24ORE su Facebook è diverso rispetto a quello fatto sul proprio sito web o da quello proposto in formato cartaceo.

Su Twitter la scelta dei contenuti è ancora diversa. La logica della fruizione simile a quella del dipinto scompare sui social, poiché i contenuti del quotidiano vanno a mescolarsi con quelli prodotti da amici o followers.

Su Facebook da un punto di vista dell'espressione, gli articoli si presentano con delle immagini, per lo più evocative e descrittive, e brevi articoli o frammenti di essi con il *link* che rimanda alla pagina web; scompare il ruolo del *lettering*; dal punto di vista dei contenuti per Facebook vengono scelte notizie generaliste soprattutto di cronaca. Su Twitter al contrario i contenuti sono più specifici e di settore, le foto sono più evocative e la gran parte dei tweet rimanda ad un articolo pubblicato sulla pagina web della testata.

Di recente le implementazioni di alcune funzioni di Instagram hanno fatto sì, che il social diventasse terreno fertile per nuove sperimentazioni nello *storytelling* di notizie da parte delle testate giornalistiche. Viene sfruttata soprattutto la funzione dello slide-show che permette di pubblicare brevi articoli sotto forma di grafica e testo, consentendo sperimentazioni col *lettering*, foto e video.

Per quanto riguarda le applicazioni di messaggistica istantanea il discorso cambia poiché le testate istituzionali utilizzano queste app solo come contenitore di post che rimandano al sito. Assumono maggiore importanza i canali dei singoli giornalisti o reporter, i vari enunciatori.

2.2.4. Applicazioni aggregatrici di notizie

Sono svariate e numerose, selezionano notizie già pubblicate da altre testate e le ripropongono in base ai gusti e agli interessi selezionati dall'utente. Le notizie si presentano con le classiche miniaturizzazioni html ovvero foto e titolo con link incorporato, racchiuse in sezioni rettangolari. Riproponendo l'interfaccia di MSN, oggi Microsoft Edge. Le più importanti sono Flipboard e Squid, va fatta una menzione

particolare pe Wallabag, applicazione open source, che permette di salvare le notizie dai vari siti per poterle consultare offline in un secondo momento.⁸

2.3. Le notizie sui social media

Sebbene tutti i social media siano pervasi di notizie, i social network presi in esame sono Twitter e Youtube. Il primo perché si propone come lo specchio dell'opinione pubblica, diventando ben presto l'arena del dibattito pubblico e politico. Il secondo è la più antica e ottimizzata piattaforma di condivisione di video, tutte le principali testate giornalistiche hanno un canale Youtube, inoltre ci sono interessanti esempi di giornalismo "dal basso".

Su Twitter avviene lo scontro "diretto" tra tutti quei vari enunciatori che prima si esprimevano soltanto attraverso la televisione e la stampa. Inoltre, Twitter è l'immagine della quantità di notizie che circolano online. In più viene utilizzato in maniera più o meno istituzionale dagli stessi addetti ai lavori, giornalisti, direttori di testate, politici, ma anche scienziati e divulgatori scientifici. Twitter è legato a doppio filo con la Televisione riproponendo sotto forma di dibattito tutti i contenuti proposti dalla Televisione, anche in tempo reale e in maniera integrata. Il testo giornalistico su Twitter non è regolare, non ha un solo enunciatore o una sola voce. È composto dalle voci di tutti i Tweet e le reaction di commento. La notizia può essere un link, un'immagine, o semplicemente una dichiarazione, ma è arricchita (o impoverita) da tutti i commenti e i tweet relativi ad essa. Twitter è un'inesauribile fonte di postverità che trova forma nel dibattito, molto spesso aggressivo e fortemente polarizzato.

Youtube è uno dei più antichi *social network* viene utilizzato soprattutto per amplificare e approfondire il testo giornalistico da parte delle agenzie di stampa istituzionali. tutti i quotidiani hanno ormai il proprio canale Youtube, attraverso il quale propongono video di approfondimento, dirette, interviste, reportage.

Una delle testate più attive su Youtube e che propone questo tipo di contenuti di approfondimento è Il Fatto Quotidiano.

Su Youtube si possono trovare una serie di iniziative dal basso molto valide, soprattutto per quanto riguarda alcune nicchie. Anche Youtube fa da cassa di risonanza per la televisione, e con la possibilità di poter creare post con immagine e didascalia sta diventando sempre di più un media istituzionale per quanto riguarda la diffusione di notizie. Per un bel po' di tempo il discorso sulla teoria del complotto si è articolato su questo *social network*. Tra i primi contenuti ad essere caricati sul social, infatti, troviamo proprio tutti quei video che spiegano con assoluta sicurezza le teorie della terra piatta.

2.4. Le notizie sulle applicazioni di messaggistica istantanea

Se la radio è stato il media cronista, della Seconda guerra mondiale, il cronista di questi recenti conflitti può essere considerato sicuramente Telegram. Si tratta di un'applicazione di messaggistica istantanea basata sul cloud che divenne famosa inizialmente perché veniva utilizzata soprattutto per la condivisione e il download di file di svariato tipo. Offre una serie di funzioni, tra cui l'utilizzo di bot per la creazione di canali interattivi di diverso tipo.

Subito dopo la pandemia è aumentata la quantità di canali di informazione, e di giornalismo. Telegram abbatte le barriere della pagina cartacea e della pagina web rendendo l'enunciazione intima e diretta. Molti cronisti e reporter hanno i loro canali personali, alcuni di essi sono impegnati in diverse situazioni di guerra, come Maurizio Vezzosi, per esempio, che è inviato in Ucraina e pubblica contenuti direttamente dalle zone devastate dalla guerra.

L'enunciazione è diretta e l'effetto di verità è immediato. Non solo, attraverso Telegram è possibile imbattersi direttamente nei canali di propaganda "ufficiali" dei due schieramenti in guerra. La quantità di gruppi e canali di news tematici (che spesso sfociano in propaganda) è

smisurata. E le versioni di verità proposte, le diverse bolle di contenuto, sono molteplici, basta solo scegliere. L'impressione è quella di essere al centro dell'azione, di avere un "dialogo diretto", con i cronisti e, nel caso della guerra in Ucraina con gli stessi militari e gli esponenti della propaganda. Tra le iniziative indipendenti, rilevanti per questa tesi, troviamo *Il Fritto Misto*, caso-studio del prossimo paragrafo, la cui redazione sotto forma di intervista spiegherà come svolgono il loro lavoro tra postverità e nuovi media.

2.4.1. Caso studio: intervista a "Il Fritto Misto"

È stato possibile contattare la redazione del fritto misto direttamente da Telegram essendo follower del loro canale. L'intervista è stata svolta via chat e viene riportata così com'è. Nell'intervista, per la natura stessa della piattaforma e del canale oggetto di studio, emergeranno alcune tematiche sulla postverità, che verranno approfondite nel prossimo capitolo.

R: "Come e quando è nato Il Fritto Misto?
Come costruite/gestite il rapporto coi vostri lettori?"

IF: "Il frittomisto in realtà è nato da un canale Instagram (poi bannato a 30 mila follower) poco prima della Pandemia, nel 2019. È nato per gioco e quasi per scherzo. Il canale è nato dalla passione per la politica italiana ed estera, la cronaca e il costume. In realtà è nato per commentare le notizie e condividere soprattutto video un po' come fosse un blob 2.0

Constatando la mancanza di libertà su Instagram dopo vari ban dovuti alla condivisione di video che documentavano le manifestazioni di Fatah o anche solo per semplici scontri, abbiamo deciso di aprire il canale Telegram che è letteralmente esploso durante la guerra in

Ucraina anche perché abbiamo fin da subito condiviso anche video molto crudi.

Abbiamo deciso di chiamare il canale Frittomisto perché l'intento era non prenderci sul serio. Noi non vogliamo fare giornalismo ma commentarlo, documentarlo, criticandolo, ma elogiandolo quando è giusto. Non a caso una delle nostre frasi è stata a lungo "l'informazione non esiste più"

R: "Un parere sullo stato del giornalismo italiano e sul suo rapporto con i new media. Come gestite la "postverità", (se così si può dire), nel vostro lavoro?"

IF: "Il parere sul giornalismo invece non è affatto positivo. Chiaro, ci sono delle eccezioni e ci sono giornalisti molto spesso invisibili, non popolari o "instagrammabili" che davvero fanno dei bei lavori, magari di nicchia, e quello che ci piace fare è scovarli.

Il problema del giornalismo e i nuovi media è che purtroppo si formano bolle. E questo vale sia per la destra che per la sinistra

È un cortocircuito: giornalisti formati soprattutto per il clickbait, molto spesso scrivono titoli che nulla c'entrano con l'articolo o addirittura sono il contrario, i lettori ormai leggono solo i titoli senza guardare il contenuto dell'articolo e questo è il primo passo verso le bugie

Uno dei problemi più grossi inoltre è il videogiornalismo. Posso parlarne perché purtroppo ho visto da vicino come ci lavorano: storia accattivante, 30 minuti di girato, prendono solo 2 minuti magari montati al contrario tagliando frasi per cercare o indignazione o invidia o pena. Per poi confezionare tutto con un titolo clickbait

Ormai nessuno crede più a nulla, viene messo in dubbio tutto. Non a caso abbiamo deciso di tenere i commenti sul canale Telegram.

Telegram può essere un boomerang perché arrivano utenti apposta per sfogarsi. Persone tranquille nella vita di tutti i giorni, ma che su Telegram si trasformano grazie all'anonimato. Noi crediamo che mettere a tacere le persone togliendo i commenti sia ancora più

dannoso è che sia un po' come nascondere la polvere sotto al tappeto. Invece grazie ai commenti nasce la collaborazione: alcuni utenti propongono video o notizie oppure fanno seri debunking. Anche in questo caso cerchiamo di non prenderci mai sul serio.

E per gioco abbiamo messo anche la figura del direttore che c'è e non c'è. Purtroppo, i direttori dei giornali ormai sono diventati più degli opinionisti da salotti tv che delle persone che raccontano la verità e hanno un potere enorme assieme all'editore.

Il giornalismo dovrà diventare sempre più collaborativo proprio per combattere le fake news e avere punti di vista diversi. Inoltre, la linea editoriale può essere davvero un problema nel mondo di oggi proprio per le fake news e le bolle.”

2.5. Conclusioni

Abbiamo visto come il web 2.0 abbia decostruito il testo giornalistico, costringendolo a raidattarsi alle nuove forme di comunicazione. E come sia difficile tracciare dei modelli semiotici specifici per il testo giornalistico in tutte le sue forme online. Da un certo punto di vista il testo giornalistico può esprimere appieno grazie al web la sua natura sincretica.

Partecipazione e interazione sono le due parole chiave e le due direzioni d'evoluzione del testo giornalistico. Da una parte l'utente vuole partecipare sempre di più alla costruzione della narrazione giornalistica, improvvisandosi reporter, dall'altra vediamo nell'intervista, come il gioco e la satira siano gli unici modi per mantenere un certo grado di credibilità e di imparzialità nel racconto giornalistico su Telegram e nel contesto del contemporaneo giornalismo web 2.0 in un regime discorsivo di postverità.

Nel suo libro *Newsgames*, Bogost vede del videogame una delle possibili evoluzioni del giornalismo. Portando diversi esempi di *newsgames* ovvero di giochi che hanno come oggetto le notizie o di

vere e proprie notizie raccontate sotto forma di gioco. Secondo Ian Bogost:

“Cutthroat capitalist shows that video games can do good journalism but as an independent medium for news and as a supplement to traditional forms of coverage.

[...]

Everyone knows that a change is coming.”⁹

Note

1. Renato Stella, Claudio Riva, Cosimo Marco Scarcelli, Michela Drusian, *Sociologia dei new media*, De Agostini Scuola, Novara, 2014
2. Daniel Barbieri, *Guardare e leggere. La comunicazione visiva dalla pittura alla tipografia*, Carocci editore, Roma, 2011
3. Mattia Thibault, *Welcome to the Internet – Identità, ludicità e mascheramenti ai confini del Web*, pubblicato su E-C, 2018
https://it.wikipedia.org/wiki/Semiotica_dei_nuovi_media#Analisi_dei_siti_web
https://www.treccani.it/enciclopedia/semiotica-dei-nuovi-media_%28XXI-Secolo%29/
4. Anna Maria Lorusso, *Postverità*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2018
5. Il primo giornale itlano online è L'unione sarda: <https://www.unionesarda.it/news-sardegna>
6. <https://www.ilsole24ore.com/>
7. Walter Lippman, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018, pp.
8. <https://www.wallabag.it/en>
9. Ian Bogost, Simon Ferrari, Bobby Schweizer, *Newsgames. Journalism at play*, The MIT press, Cambridge, Massachusetts, 2010



La città ideale

Una traduzione delle principali testate giornalistiche italiane in famosi dipinti della storia dell'arte

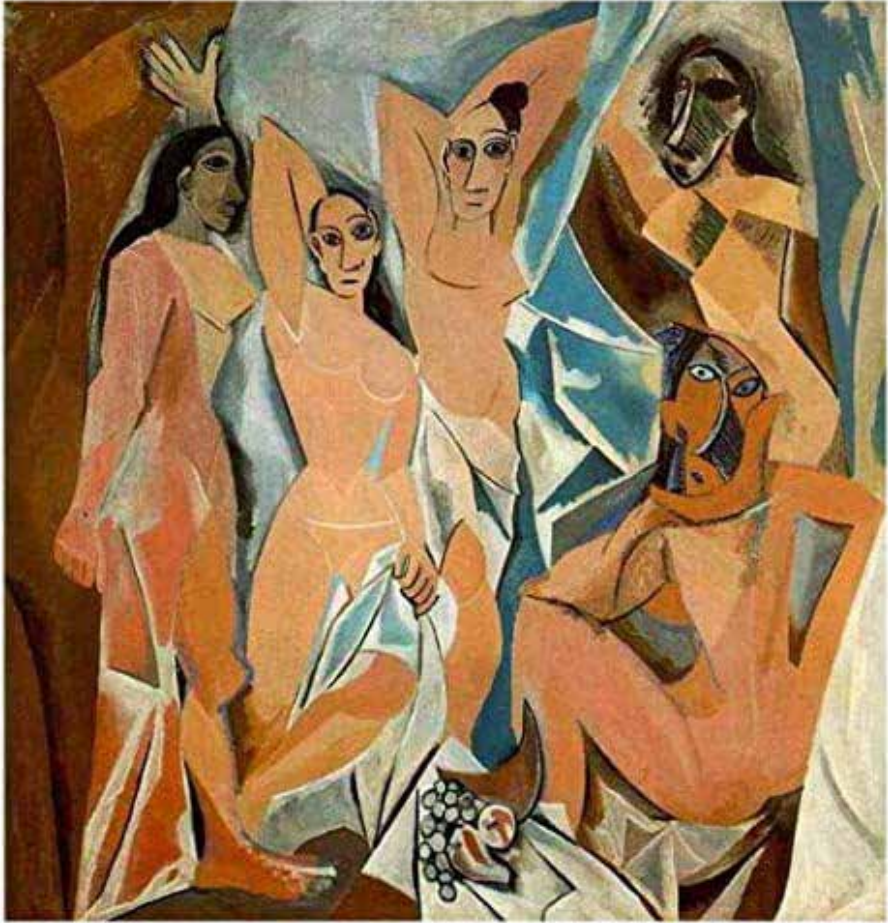
Il corriere della Sera



Raffaello, La scuola di Atene
La Repubblica



Paolo Veronese, Casa di Levi
Il Fatto Quotidiano



Pablo Picasso, Les demoiselles de Avignon
Il Sole24ORE

Home News Market Opinion Analysis Special Podcast Video Photo Archivio Abbonati Stiglia il giornale Accedi

FTSE MIB 27700,35 Spread BTP-Bond 18Y 164,12 EUR/USD 1,09022 Brent 84,16 Oro Spot Est 98,71 S&P 500 4128,06

Il Sole 24 ORE

Borsa | Mercato | Economia | Finanza | Notizie | Finanza Personale | Norme & Tributi | Altro

24+ Lab24 Rodo RAI

24+ Lab24 Rodo RAI

La guerra in Europa
Lavrov: Mosca vuole porre fine al conflitto il prima possibile - Foto - Mattarella incontra Duda: «Inorriditi dai comportamenti russi»

2064 L'Ucraina e Polonia, serve l'abbandono di Kiev in 14 e 14
 1952 Lavrov: Mosca vuole porre fine al conflitto il prima possibile
 1858 Stasimov: Merkel instabile nell'incarico per la pace a Kiev
 1837 Fosh (Ue), dell'import di gas russo discutono i prezzi
 1815 Evanesca, l'Italia depista la condanna di Emanuele Filiberto

Settimana del design
Al via il Salone del Mobile: attesi 327mila visitatori, boom indotto da 223 milioni - Foto / Dietro le quinte - Le iniziative del Sole 24 Ore

di Giuseppina Pizzani

Al Fuorisalone c'è molto da fare e scoprire: queste mostre vengono prima di tutto

di Daniela Di Antonio

Incentivo per un anno
Bonus under 30: chi assume giovani non paga il 60% dello stipendio - Video / Incentivo per i Neet - Costo del lavoro in Italia

di Claudia Tassi

Raddoppia il taglio del costo Sociale: l'ingapito sulle vertenze

Starship, il super razzo di Musk fermato da una valvola difettosa - Lancio rinviato - Video / Come sarà la casa dei primi astronauti su Marte

di Leonardo Diacchiello

Space Economy, ecco come il Bep Virgin Orbit

Comuni Friuli Venezia Giulia
Udine, il centrosinistra strappa la città al centrodestra. Chi è il nuovo sindaco De Toni


Da Scialoja a Spadolini la carica dei candidati alle

Homepage de Il Sole24ORE



Il Sole24ORE su Twitter





Il Sole 24 ORE

@Sole24ore - Giornale

Visualizza tutte le pagine

aggiornamenti.foce24ore.com

Home Eventi Informazioni Video Altre

Mi piace Messaggio 🔍 ☰

Informazioni Mostra tutto

AMPIUGNANO

viale Senza 223 Milano, Lombardia

SAN SPO TRE TORRE KERAL

Notizie, appuntamenti e approfondimenti in tempo reale tra i più rilevanti selezionati per te da www.foce24ore.com

1.148.054 persone hanno messo "Mi piace" a questa Pagina, tra cui 43 de tuoi amici

1.285.878 persone seguono questa Pagina

<http://www.foce24ore.com/>

02 30221

Invia messaggio


lettere24ore@sole24ore.com

Giornale - Editore - 511 Vico di affari ed economia

Il Sole 24 ORE ...

Adesso

La produzione cresce 300 del 1% a causa dell'alto costo di carni ed energia. Continua il boom del preffettato.



www.foce24ore.com

Salame Felino Igp: il fatturato al consumo a quota 84 milioni nel 2022 (+5%)

Mi piace Commenta Condividi

Scrivi un commento...


Il Sole 24 ORE ...

7m · 18

Coperture esese al 30 giugno, con uno stanziamento totale a 31 miliardi. Serve un rimpiego per gli emori nelle comunicazioni dal 16 marzo.



Foto Mostra tutto



Il Sole24ORE su Facebook



SILENZIA



SILENZIA

I canali Telegram di Maurizio Vezzosi e Il Fritto Misto

3. Postverità

3.1. Abstract

Nella trattazione di questo capitolo ci si è posto l'obiettivo di descrivere e analizzare il contesto di postverità in cui si muovono i quotidiani e i servizi di informazione online e nel quale agiscono, più o meno consapevolmente, anche i nuovi *fruitori/produttori* (*enunciatori/enunciatori* per usare termini semiotici). Si vogliono mettere in risalto quelle che sono le tematiche più importanti per il racconto giornalistico. Verranno approfonditi temi come quelli delle *fake news*, della teoria del complotto, del *debunking* o *fact checking*, e di quei temi tangenti come le *echo-chambers*, la libertà di stampa, il segreto e la censura. Cercheremo di comprenderne le conseguenze e di capire qual è il racconto di media e istituzioni riguardo a questo fenomeno.

Facendo riferimento a *Postverità* di Anna Maria Lorusso (Laterza, Bari-Roma 2018) si cercherà innanzi tutto di definire al meglio l'espressione postverità, un termine che viene spesso scambiato con notizia falsa, ma che racchiude in sé molti più significati.

L'opinione pubblica di Walter Lippmann (Donzelli, Roma 1999), esemplifica al meglio tutti quei meccanismi dietro alla formazione dell'opinione pubblica descrivendo la complessità che sta dietro al lavoro di interpretazione del cronista e del direttore della testata, analizzando anche tutti quei processi di selezione, e quegli attori che

entrano in gioco in questi processi. La selezione e l'interpretazione di un fatto costituiscono per Lippmann veri e propri atti di invenzione della notizia. In un certo qual modo i germi della postverità erano già insiti nel giornalismo e nella società industriale.

In *Fake News*, Enrica Perucchiotti affronta diverse problematiche che possono essere racchiuse nel significato di postverità, come per l'appunto la diffusione di notizie false sul web e sui giornali, il "bipensiero", termine coniato da George Orwell, e il *debunking o fact checking*. La giornalista cerca di dimostrare come l'intero sistema dell'informazione giornalistica mainstream, amplificato dalla rete e dai social media, per via di alcune dinamiche legislative e di mercato, più o meno intenzionali, contribuisca non solo alla costruzione del discorso della postverità, ma anche alla produzione di notizie distorte o false. Ne consegue anche un ritardo nelle smentite, le quali molto spesso non riescono ad ottenere lo stesso impatto sull'opinione pubblica rispetto alle prime affermazioni.

Si parlerà inoltre di come nasce e si sviluppa il fenomeno della teoria del complotto e di come anche la semiotica se ne sia interessata, e di come si possa trovare un senso anche a questo tipo di discorso paradossale e dai risvolti inquietanti. Un esempio eclatante della teoria complottistica riguarda il presunto finto attentato alle torri gemelle. Si afferma, infatti, che i video sarebbero stati in realtà ritoccati e che gli aerei siano stati aggiunti in seguito in computer grafica. Queste narrazioni ci permettono di analizzare le capacità di distorsione offerte dal software ed in particolar modo le trasformazioni derivate dal recente sviluppo delle intelligenze artificiali.

Infine, si prenderanno in esame i diversi tentativi portati avanti da istituzioni ed aziende per arginare il problema delle *fake news*, soffermandosi sulle varie testate di *debunking* e osservando come anche queste operino in un contesto di postverità e rischino a loro volta di produrre ulteriori distorsioni.

3.2 Definizione di postverità

Si sente parlare di postverità a volte in maniera confusa, altre con una certa insofferenza. Da una parte si utilizza il termine postverità come sinonimo di fake news, di bufala, di falsificazione dei fatti da parte di quotidiani e agenzie di stampa; dall'altra questo termine viene messo in relazione alla preoccupazione generata dal moltiplicarsi delle stesse agenzie di stampa e della tendenza della rete di amplificare contenuti di utenti che si improvvisano giornalisti e spacciano opinioni o vere e proprie bufale come verità certificate.

Come abbiamo visto nell'intervista ai redattori del Fritto Misto e come vedremo nel corso di questo capitolo, il fenomeno è molto più complesso. Anna Maria Lorusso, nel libro *Postverità*,¹ definisce quest'ultimo come un termine polisemico e, partendo dai significati degli Oxford Dictionaries e dell'Enciclopedia Treccani,² ed analizzando gli usi del termine nel discorso che viene portato avanti sui principali media, va ad individuare le sue caratteristiche principali ovvero:

- predominio di una logica emotiva;
- pluralizzazione dal basso di diverse versioni dei fatti;
- crisi dell'attendibilità delle agenzie di informazione ufficiali e istituzionali;
- potenzialità retorica della comunicazione da sempre e per sempre a fini manipolativi;
- bufala o *fake news*;
- *bipensiero*, che indica la capacità di oscillazione tra una posizione e il suo contrario;

a queste accezioni aggiunge quella più semiotica di “regime discorsivo legato a una precisa epoca storica, ma caratterizzato da precisi modelli ontologici ed epistemologici”.³ La semiotica si interessa da sempre allo studio delle pratiche discorsive con cui costruiamo la verità, definendo la verità come effetto di senso, lo vediamo ne *Il discorso dei dati* di Valentina Manchia⁴ e nella *Semiotica del testo giornalistico*.⁵

Inoltre, anche Eco ne *I limiti dell'interpretazione*, parla di verità non come corrispondenza ai fatti (riferendosi soprattutto all'ambito letterario e narrativo), ma come "coerenza interna al testo", consequenzialità, capacità esplicativa, condivisione, tutti aspetti "intradiscorsivi e culturali".⁶ Con questo non si vuole negare o relativizzare l'esistenza della verità. Una verità c'è, Eco infatti propone la semiotica come una "teoria della menzogna, poiché è la disciplina che studia tutto ciò che può essere usato per mentire".⁷ Ma la verità è un concetto che non può essere scisso dalle nostre pratiche comunicative.

I concetti espressi da Charles Sanders Peirce nell'articolo sulla telepatia potrebbero rappresentare il tipo di rapporto che intercorre tra la verità e le nostre pratiche discorsive. Peirce partendo dall'analisi dell'allucinazione come una forma di percezione distingue il percetto che è proprio dell'oggetto così come appare, dal giudizio percettivo, che richiede già delle inferenze, da cui tuttavia è inscindibile (per questo conia il termine *percipuum*). L'articolo è molto interessante, in primo luogo perché attesta il ruolo della semiotica all'interno di vicende di confine tra scienza, medicina, filosofia e narrazione, (che tuttavia non possono essere considerate falsità o postverità), e anche poiché Peirce non cerca tanto di smentire o confermare le testimonianze, raccolte da alcuni psicanalisti, dei pazienti che sostenevano di aver avuto episodi di telepatia, ma più che altro si chiede se e come una scienza debba affrontare determinati argomenti.⁸

Anna Maria Lorusso afferma inoltre che la post verità si accompagna strettamente alla retorica di verità e che per analizzare questo fenomeno discorsivo bisogna prendere in esame i media come strumenti di articolazione del discorso e di modellazione della realtà stessa. Non è un caso, infatti, che i germi della postverità siano stati gettati dalla nascita della società industriale, con lo sviluppo delle scienze e delle moderne democrazie ed in particolar modo con lo sviluppo dei media di massa.

L'autrice pur facendo riferimento all'epoca delle avanguardie artistiche (in particolar modo il teatro d'avanguardia) e dei totalitarismi, individua le basi della postverità nella televisione, e la postverità come

caratteristica specifica di quest'epoca storica in relazione allo sviluppo della rete.

Tuttavia, si può affermare che già la fotografia può essere considerata alla base di questo fenomeno: essa porta con sé la pretesa di oggettività, quindi la retorica di verità, (e anche una certa democratizzazione del sapere), ma anche il racconto dell'*Operator*⁹ e, come ci fa notare Roland Barthes distinguendo tra *studium e punctum*, anche quello dello *Spectator*;¹⁰ la sua diffusione è accompagnata da un forte dibattito causato da una sottile diffidenza e censura da parte delle istituzioni (si parla di dittature e democrazie non ancora del tutto formate); inoltre agli albori la fotografia era legata strettamente alla morte, ai fantasmi, poiché, la pratica della fotografia per il ceto medio non era molto diffusa, per tanto l'unica funzione che davano alla fotografia era quella di poter apporre il proprio ritratto sulla propria lapide una volta passati a miglior vita. Inoltre, le immagini ritratte dai primi dagherrotipi e dalle prime fotografie proprio per la natura di produzione e per lo strano effetto visivo del risultato finale, non erano considerate un prodotto della mano dell'uomo bensì di misteriose forze esterne,¹¹ dando luogo, come nel caso degli inizi della diffusione della radio e del telefono, a vere e proprie allucinazioni e psicosi.¹² In maniera molto simile al fenomeno su YouTube dei "reptilian shapeshifters" i rettiliani mutafoma, diventato celebre per alcune teorie del complotto.¹³

Da strumento di registrazione della realtà è diventata ben presto strumento di manipolazione della realtà.

Si trovano embrioni di postverità nelle stesse avanguardie artistiche; in modo analogo, all'origine della televisione, troviamo l'avanguardia teatrale. Un esponente del teatro d'avanguardia "ossessionato dalla verità", per usare un'iperbole, è stato Bertolt Brecht. In un certo senso, le opere di Brecht hanno messo per prime alla luce una serie di concetti in linea col dibattito sulla postverità. Il distacco e lo straniamento propri del teatro epico di Brecht erano tutti modi per esprimere la sua forte critica al regime nazista: ci si trovava tutti in una grande rappresentazione e quella messa in scena dagli attori non era la verità ma una narrazione, nella quale il pubblico era spettatore

ma anche compartecipe; così come era una grande rappresentazione quella imposta e propagandata dai regimi dittatoriali dell'epoca.

Per lo stesso motivo, di coerenza con la verità, le sue opere pubblicate non appaiono mai complete, ma scritte sotto forma di frammenti, versi e appunti, che egli stesso chiamava *Versuche* (Versucci), poiché dovevano essere adattati ad ogni situazione e rappresentazione.¹⁴

Queste forme di straniamento e di partecipazione del pubblico sono state imitate e riadattate dalla moderna televisione. La nascita della Televisione – per intenti e per gli aspetti tecnologici - è legata a doppio filo con la dittatura, tant'è che in Italia è stata sperimentata per la prima volta dal regime fascista di Mussolini negli anni '30.¹⁵

Strumento di comunicazione ampiamente utilizzato dai sistemi democratici per l'intercettazione, l'incanalazione e soprattutto la gestione del consenso. Tuttavia, ciò che per molti studiosi di semiotica, segna l'inizio effettivo dell'era della postverità è il web ed in particolar modo il web partecipativo, associato ai diversi sistemi di tracciamento pubblicitario e di personalizzazione dei contenuti proposti. Molti vedono il fenomeno con insofferenza e in maniera apocalittica: il rischio è quello di incorrere in fake news o di entrare in circoli viziosi di contenuti sempre più stereotipati, le cosiddette echo-chambers, che per l'ibridazione progressiva tra il web e la realtà possono sfociare in quelle forme di iperattivismo politico. Un esempio, forse un po' forzato, riportato da A.M. Lorusso, è il Movimento 5 Stelle che, seppur con i suoi estremi, potrebbe rappresentare, dal punto di vista opposto, quello del movimento, un corretto utilizzo della rete a scopo di attivismo politico.

Un esempio ancor più efficace in questa direzione, al quale ci si può riferire, è quello più recente delle manifestazioni ambientaliste di Ultima Generazione. Le loro manifestazioni, seppur spinte da motivazioni di fondo corrette, hanno rischiato e rischiano di ottenere effetti controproducenti: dallo spreco idrico alla delegittimazione della causa e allo spostamento dell'attenzione dal tema centrale della protesta.

Le immagini, però, che più esemplificano questo concetto, e che anzi

possono essere considerate ormai iconiche di tutto il fenomeno della postverità, sono quelle dell'assalto a Capitol Hill, il Campidoglio americano a Washington D.C., da parte di alcuni esponenti di Q-Anon, gruppo di attivisti complottisti, seguaci dell'uscente presidente Donald Trump.

Non si possono però, come abbiamo visto, tacciare tutte le iniziative di giornalismo partecipativo dal basso, che si sviluppano sul web 2.0, come pericolose o controproducenti, e tutti gli utenti come virali diffonditori di fake news.

D'altro canto, le agenzie di stampa mainstream sono sempre di più accorpate sotto grandi multinazionali dell'editoria collegate a loro volta a diverse altre grandi compagnie e multinazionali operanti in svariati e diversi settori.¹⁶

Walter Lippmann descrive molto bene quanti e quali possono essere gli attori e gli interessi che intercorrono tra la selezione di una notizia e la sua pubblicazione, facendo menzione anche di concetti come censura, segretezza e propaganda che entrano in gioco anche nelle più moderne democrazie.¹⁷

Inoltre, si può affermare che il giornalismo abbia attraversato, e forse sta ancora attraversando una profonda crisi, da una parte proprio a causa della rete, che ha reso più complesso il quadro generale aumentando ed amplificando le diverse versioni di verità e di informazioni; dall'altra, a causa della crisi parallela e progressiva di cui pare essere vittima la politica. In questi ultimi anni l'informazione ufficiale ha fatto delle vere e proprie *gaffe*. Il libro *Fake News* di Enrica Perucchiatti, anche se forse in maniera un po' troppo schierata, fa spesso riferimento a 1984 di George Orwell e riporta alcuni casi studio di vere e proprie fake news istituzionali che in alcuni casi possono essere considerate allarmanti.¹⁸

3.3 Fake news e clickbait, fact checking e bipensiero

“[...] Se non vuoi un uomo infelice per motivi politici, non presentargli mai i due aspetti di un problema, o lo tormenterai; dagliene uno solo; meglio ancora, non proporgliene nessuno. [...] Riempi loro i crani di dati non combustibili, imbottiscili di “fatti” al punto che non si possano più muovere tanto son pieni, ma sicuri d’essere “veramente bene informati”. Dopo di che avranno la certezza di pensare, la sensazione del movimento, quando in realtà sono fermi come un macigno. E saranno felici, perché fatti di questo genere sono sempre gli stessi. Non dar loro niente di scivoloso e ambiguo come la filosofia o la sociologia affinché possano pescare con questi ami fatti ch’è meglio restino dove si trovano. Con ami simili, pescheranno la malinconia e la tristezza.[...]”¹⁹

Come esemplifica Walter Lippmann in *L’opinione pubblica*, gli attori in gioco nel processo di trasformazione della notizia in un fatto sono:

- Il cronista, come primo interprete e selezionatore del fatto;
- Il direttore della testata, come responsabile e selezionatore, a volte anche censore;
- Le agenzie pubblicitarie, selezionatori interessati, interpreti dell’interesse del pubblico, ma anche di aziende e governi;
- I governi in quanto censori o in cerca di consensi;
- Il lettore, in quanto consumatore;

Non sempre le dinamiche tra gli attori in gioco sono trasparenti, ma seppur si dovesse agire nell’esercizio della democrazia e in piena trasparenza, la complessità che può intercorrere nelle dinamiche di selezione di un fatto determina un’elevata probabilità di errore.²⁰

Il quadro contemporaneo non solo deve fare i conti con l’ulteriore complessità della nostra società, ma anche con nuove e potenti agenzie,²¹ e soprattutto con l’enorme quantità di informazioni, fuorvianti o meno

che circolano in rete. Pertanto, questo paragrafo non vuole essere un atto d'accusa nei confronti degli addetti ai lavori ma si vogliono fornire alcuni casi studio in cui il *fact checking* diventa produttore di bufale o un esempio lampante del bipensiero orwelliano, oppure, sotto una certa prospettiva, uno strumento più o meno intenzionale di propaganda, anche bellica; o, ancora, più semplicemente e sotto un'altra prospettiva, come uno strumento di approfondimento di un certo argomento.

Viene preso in esame il sito di “Open - Il giornale online fondato da Enrico Mentana”.²² Si tratta sostanzialmente di una nuova testata giornalistica online diretta, per l'appunto da Enrico Mentana in cui scrivono soprattutto giovani cronisti. Il sito si presenta come una versione istituzionale di un quotidiano fatto appositamente per una fruizione on line, non ne esiste un corrispettivo cartaceo ma si posiziona su diversi social network, tra cui Instagram.

Topicalizzazione e Tematizzazione vengono effettuate in spalla agli articoli a differenza di come avviene sulle *homepage* del sole24ORE o del Corriere della Sera.

Sono presenti diverse sezioni accessibili cliccando sull'icona del menù posizionata in alto a sinistra. Le sezioni sono: ambiente, attualità, cultura & spettacolo, economia & lavoro, editoriali, *fact checking*, le nostre storie, mondo, politica, scienze, sport, tecnologia. La sezione Fact-checking presenta la *partnership* con il progetto di *debunking* promosso da Facebook, che si pone come obiettivo quello di trovare e discernere le notizie vere da quelle false certificando le prime e bollando definitivamente le altre.

Citando da Open:

“Fact-checking di Open è un progetto giornalistico indipendente che mira a monitorare le notizie false o fuorvianti diffuse in Italia e all'estero, fornendo un servizio di corretta informazione e degli strumenti necessari ai cittadini per imparare a riconoscere le bufale, la disinformazione, la misinformazione e tutte le altre falsità che minano la società e il processo

democratico.

Da aprile 2021 siamo membri dell'IFCN (International Fact-Checking Network).”

Le bufale e le altre notizie raccolte vengono classificate in:

- X, falso, contesto, falso, teoria del complotto, disinformazione, contrassegnate dal colore rosso;
- Foto o video alterato/modificato (da intelligenza artificiale e non), contrassegnate dal colore violetto;
- Contesto mancante, facciamo chiarezza, contrassegnate dal colore giallo;
- Satira, contrassegnate dal colore azzurrino;

Spicca subito un tono autoritario e un'impostazione razionale.

La notizia presa in esame riguarda dei presunti laboratori militari in Ucraina che sono stati obiettivo della campagna di invasione militare da parte dei Russi ai danni dello stato ucraino.

La notizia si è diffusa inizialmente e soprattutto su canali filorussi e su canali YouTube complottisti, trovando poi eco in un tweet di una parlamentare italiana. Anche se un servizio di Presa Diretta, programma Raitrè, di giornalismo d'inchiesta, mandato in onda ben prima dell'invasione, qualche tempo dopo la fine del *lockdown* pandemico, aveva già parlato di questi laboratori, della loro natura militare e di quanti ce ne fossero sparsi per l'Europa ed in particolar modo in Ucraina.²³

“No! Quelli in Ucraina non sono laboratori militari per la guerra biologica

14 MARZO 2022 - 17:21

di Juanne Pili

I laboratori ucraini per la produzione di armi biologiche esistono solo negli uffici della propaganda russa, almeno dal 2018

L'europarlamentare Francesca Donato ha dato credito recentemente in un tweet a una delle dieci bufale della propaganda russa segnalate in un recente report di NewsGuard. La bufala che circola da un po' di tempo anche su Facebook proviene proprio da uno degli oltre 100 siti collegati a Mosca, ovvero Russia Today. Parliamo della storia secondo cui esisterebbero laboratori biochimici militari in Ucraina, controllati dagli Stati Uniti. La prova sarebbe un filmato dove il Governo americano ne confermerebbe l'esistenza. Ma, come avevamo già spiegato in un precedente articolo, quei laboratori nessuno li vuole nascondere, fanno parte infatti del Biological Threat Reduction Program (BTRP) del Dipartimento della Difesa degli Stati Uniti. Vi collaborano vari altri Paesi alleati, ed è finalizzato alla ricerca anche contro le malattie infettive e le minacce biologiche. Dopo due anni di pandemia dovrebbe essere noto che questo genere di strutture esistono in tutto il mondo.

Per chi ha fretta:

- *Non ci sono prove della presenza di laboratori per la guerra biologica in Ucraina.*
- *Esiste dal 2005 un programma con compiti analoghi a quelli dei Cdc americani, volto anche a prevenire le minacce biologiche.*
- *Il pericolo manifestato nel video decontestualizzato è quello che siano i russi a fare un uso bellico di tali laboratori.*
- *La ricerca contro le minacce biochimiche coinvolge da decenni i laboratori di tutto il mondo.*

Analisi

Riportiamo di seguito le affermazioni della europarlamentare Donato: I “debunkers” avevano bollato come “false flags” le notizie sui biolaboratori in Ucraina, fornite dal governo russo. Invece oggi gli USA hanno confermato.

Parallelamente SkyNews riporta in un tweet la clip di un notiziario russo, che fa riferimento alle dichiarazioni di una portavoce del ministero degli Esteri russo, la quale sembra riferirsi alla medesima narrazione:

Una portavoce del ministero degli Esteri russo afferma che gli Stati Uniti stanno portando avanti programmi biologici in Ucraina. Afferma che la Russia ha visto documenti a sostegno della loro affermazione secondo cui gli Stati Uniti ospitano componenti di armi biologiche vicino al confine tra Ucraina e Russia.

Di cosa si tratta realmente

Il filmato condiviso da Donato fa riferimento all'intervento avvenuto martedì scorso, dell'alto funzionario del dipartimento di Stato americano Victoria Nuland, durante una audizione al Senato.

L'Ucraina ha strutture di ricerca biologica – continua Nuland -, per cui ora siamo piuttosto preoccupati che le truppe russe possano cercare di ottenerne il controllo.

Il riferimento è ai laboratori per la ricerca sulle malattie infettive cui accennavamo sopra. Del caso si sono già occupati i colleghi di Facta e Politifact. Il pericolo denunciato è che siano i russi a farne un uso differente.

Durante l'audizione interviene il senatore Marco Rubio, il quale fa notare l'uso propagandistico della presenza di questi laboratori, manifestando il timore che tali narrazioni siano una copertura di ciò che potrebbero fare i russi:

Non ho dubbi nella mia mente, senatore – ha risposto Nuland -. Ed è una

classica tecnica russa dare la colpa all'avversario per quello che stanno pianificando di fare loro stessi.

Una vecchia narrazione

Questa narrazione circola fin da prima dell'invasione russa. Era stata peraltro smentita dai servizi di sicurezza ucraini nel maggio 2020. Prima ancora CodaStory raccontava le origini di questa bufala propagandistica già in un articolo del 2018. Del resto, il Biological Threat Reduction Program esiste fin dal 2005, ed era stato creato anche per prevenire minacce di distruzione di massa. Leggiamo il primo articolo del documento fondativo:

Al fine di assistere [...] nella prevenzione della proliferazione delle tecnologie, dei patogeni e delle competenze che si trovano presso l'Istituto di Ricerca Scientifica di Epidemiologia e Igiene (Lviv), l'Istituto di Ricerca Scientifica Anti-Plague di Ulaanian (Odessa), il Centro Sanitario Stazione epidemiologica (Kiev) e altre strutture a [...] identificate dal Ministero della Salute dell'Ucraina, [...], previa disponibilità di fondi stanziati a tale scopo, in conformità con i termini del presente Accordo.

Un rappresentante del Control Association Board of Directors, Andy Weber, ha affermato in una intervista riportata da Politifact il 24 febbraio 2022 che tale programma «ha fornito supporto tecnico al Ministero della salute ucraino dal 2005 per migliorare i laboratori di salute pubblica, la cui missione è analoga ai Centri statunitensi per il controllo e la prevenzione delle malattie [...] Questi laboratori hanno recentemente svolto un ruolo importante nel fermare la diffusione della COVID-19».

Differenza tra prevenzione e produzione delle minacce biologiche

Il professore associato e direttore del Biodefense Graduate Program presso la Mason University's Schar School of Policy and Government, Gregory Koblenz, spiega a Open come mai la narrazione russa dei

laboratori di armi biologiche in Ucraina potrebbe essere la prima fase di una manovra volta ad attribuire alla Nato un'eventuale minaccia biologica del tutto inventata.

«Questi laboratori vengono utilizzati per diagnosticare e condurre ricerche su malattie endemiche in Ucraina – spiega Koblentz -, non sono progettati o destinati all'uso per condurre ricerche sulle armi biologiche. La preoccupazione non è se la Russia li prenderà in consegna e li utilizzerà per sviluppare armi biologiche. Mosca dispone già di tre grandi strutture di microbiologia militare che utilizza per condurre ricerca e sviluppo sulle armi biologiche. Invece, la preoccupazione è che la Russia diffonda “prove” fabbricate in quei laboratori e affermi di aver scoperto un programma segreto USA-Ucraina per sviluppare armi biologiche. Naturalmente, tale affermazione sarebbe una sciocchezza».

«L'unico modo in cui questi laboratori potrebbero rappresentare un pericolo sarebbe se venissero bombardati, saccheggianti o occupati e individui ignari si infettassero accidentalmente con un campione di patogeno rimanente – continua l'esperto -, che si trovava sul posto ma non più conservato correttamente. L'Oms ha detto all'Ucraina di distruggere i campioni di agenti patogeni ad alto rischio nei loro laboratori per questo motivo».

«Gli Stati Uniti e l'Ucraina sono stati trasparenti sul tipo di ricerca sulla salute pubblica condotta in questi laboratori – conclude Koblentz -, come potete vedere sul sito web dell'ambasciata statunitense. Il Dipartimento della Difesa ha appena pubblicato una nuova scheda informativa in cui spiega la sua assistenza all'Ucraina in questo settore. Il BTRP rafforza la salute e la sicurezza biologica nei laboratori di tutto il Mondo e sviluppa la capacità di questi laboratori nel diagnosticare e studiare le malattie che rappresentano una minaccia per la salute pubblica in quei Paesi. Dall'inizio della COVID-19, il programma ha anche aiutato questi Paesi a rispondere alla Pandemia fornendo kit diagnostici, eccetera».

Conclusioni

Non esistono laboratori militari dediti alla produzione di armi biologiche in Ucraina. Gli Stati Uniti in collaborazione con altri Paesi della Nato coordinano il Biological Threat Reduction Program, fondato nel 2005 allo scopo di prevenire le malattie infettive e gli attacchi biologici. La storia secondo cui si tratterebbe di un programma per la produzione di armi biologiche è stata creata ben prima dell'invasione dalla propaganda russa. Il pericolo a cui fa riferimento la portavoce del Dipartimento di Stato americano è legato piuttosto al concreto rischio che siano i russi a farne un uso letale per gli ucraini.

Questo articolo contribuisce a un progetto di Facebook per combattere le notizie false e la disinformazione nelle sue piattaforme social. Leggi qui per maggiori informazioni sulla nostra partnership con Facebook. ”.²⁴

Se applichiamo lo Schema Narrativo Canonico,²⁵ gli attori in scena sono:

- La parlamentare Francesca Donato
- Una portavoce del ministero degli Esteri russo
- Il professore associato e direttore del Biodefense Graduate Program presso la Mason University's Schar School of Policy and Government, Gregory Koblentz,

Che hanno anche la funzione di enunciatori delegati nel momento in cui vengono analizzati i loro tweet.

L'attorializzazione sembra avvenire in questo modo: il cronista fa da narratore e da manipolatore nei confronti dell'antieroe Francesca Donato che grazie al cronista stesso ottiene la competenza (di sapere che in Ucraina non ci sono laboratori a scopo militare).

Il narratore/manipolatore, dopo aver presentato gli altri oppositori (la portavoce del ministero degli esteri russo), introduce l'eroe (Gregory Koblentz) il quale effettua la performance ovvero la smentita che quelli in Ucraina siano laboratori militari.

La sanzione spetta al narratore ed è molto dura nei confronti dei filorussi.

Entrando nel merito del *fact checking*, dei laboratori ne viene ammessa l'esistenza, tuttavia, la smentita che possano essere pericolosa viene affidata ad enunciatore delegato (il nostro eroe).

Se però dovessimo interpretare l'articolo da una lettura veloce delle prime righe, quella che potrebbe avvenire durante uno scroll, o in condivisione in un messaggio istantaneo, possiamo notare che viene ammessa l'esistenza dei laboratori, ne viene ammessa la natura militare, ne viene specificato lo scopo, anche se in maniera poco approfondita e soprattutto "di parte": dopo un'analisi dei tweet dei diversi pur tuttavia nell'occhiello l'esistenza di questi laboratori viene negata.

Questo caso esemplifica appieno il concetto di bipensiero, e sembra un po' la versione contemporanea di quei racconti sulla propaganda bellica della Prima guerra mondiale proposti da Lippmann nel suo saggio.

L'articolo mostra, alcune delle caratteristiche principali della postverità. La notizia non può considerarsi né vera né falsa, emergono le due forti posizioni e la possibilità di un capovolgimento esatto del senso in favore dell'uno o dell'altro schieramento.

Da un lato viene strumentalizzata e gonfiata per legittimare l'invasione russa, dall'altro, l'ipotetico "attacco russo a questi laboratori", potrebbe essere pericoloso e quindi viene legittimato un possibile intervento da parte occidentale. Il risultato è un rimbalzo di responsabilità

Molto spesso *fake news*, *fact checking* e *clickbait* sono fenomeni legati tra loro e si basano sulla comune curiosità, sullo stereotipo, nato in regime di post verità per cui noi tutti, in una certa qual misura siamo ossessionati dalla ricerca della verità.

Le narrazioni più strane, assurde o polemiche sono quelle che stimolano di più l'interesse dell'opinione pubblica. Tuttavia, quando si fa ricerca è importante fare fact-checking, per quanto illusorio si può scoprire come si articola una narrazione su un fatto.

3.4 Polarizzazione e propaganda - limiti all'interpretazione, limiti al racconto

“Oggi nella società mediatica abbiamo il rischio opposto. Il Cittadino vive nell'overdose informativa. Questo comporta il rischio che chi riceve i messaggi rischia di essere non quel cittadino illuminato che conosce i programmi dei suoi rappresentanti.

Oggi il cittadino viene quotidianamente travolto innumerevoli notizie, di cui spesso non si conosce il livello di veridicità e che quindi talvolta non sono attendibili, incontrate Quasi per caso in una giungla di informazioni di, che vengono come lanciate nell'etere e quindi spesso non colpiscono il target prefissato e non sortiscono di conseguenza gli effetti desiderati punto davanti a un quadro come quello Appena delineato, si identifica facilmente il problema, perché se la corretta informazione del cittadino e la base per cui la coerenza e le sue scelte dà luogo a consenso informato, che a sua volta è la base è la democrazia e consente una buona Selezione della classe politica, c'è un malfunzionamento se non un vero e proprio problema aperto: la democrazia, le sue forme di rappresentanza, non hanno metabolizzato il passaggio ad un sistema di informazione di massa. Quindi se è vero l'assunto di base: se il potere politico Democratico è debole aumenta il potere surrogatorio dell'intelligence; se la democrazia non si immunizza davanti ai fenomeni della contemporaneità, non si riuscirà mai ad invertire la tendenza occidentale dell'indebolimento del potere politico e quindi è la trasparenza dell'azione democratica punto il primo passo che bisognerebbe compiere è quello di aumentare la capacità di selezionare le informazioni di drenare l'eccessivo flusso a cui i cittadini vengono sottoposti che invece di orientare e disorientano e per farlo la soluzione pratica più percorribile e adottare un sistema di educazione nella selezione delle informazioni il più corretto possibile.”²⁶

Scrivi Lippmann in merito alla propaganda bellica:

“Invece di lasciare che il pubblico reagisse sulla base di tutti i dati che erano a conoscenza dei generali, le autorità presentavano solo certi fatti e anche questi solo nel modo più adatto a rafforzare lo spirito pubblico.

[...]

Ormai chiamiamo tutto questo propaganda. Un gruppo di persone, in grado di impedire il libero accesso ai fatti, ne manipolano la notizia in vista di un loro fine. Che il fine in questo caso fosse patriottico non inficia la validità della considerazione. Usavano il loro potere affinché il pubblico dei paesi alleati vedesse le cose come essi desideravano che fossero viste. Le cifre delle perdite del maggiore Cointet, che venivano diffuse in tutto il mondo, sono dello stesso genere. Con esse si intendeva provocare un particolare tipo di deduzione, e cioè che la guerra di logoramento stava procedendo in modo favorevole ai francesi.

Ma la deduzione non viene tratta formalmente nell'argomentazione. Deriva quasi automaticamente dalla creazione di un quadro mentale di teorie interminabili di tedeschi massacrati sulle colline presso Verdun. Mettendo al centro del quadro i caduti tedeschi, e omettendo di menzionare i caduti francesi, si costruiva un panorama assai particolare della battaglia. Era un panorama inteso a neutralizzare gli effetti delle conquiste territoriali tedesche e l'impressione di potenza creata dalla persistenza dell'offensiva. Era anche un panorama che tendeva a far accettare al pubblico la demoralizzante strategia difensiva a cui gli eserciti alleati erano costretti.

Infatti il pubblico, avvezzo all'idea che la guerra è fatta di grandi movimenti strategici, attacchi laterali, accerchiamenti e drammatiche capitolazioni, doveva gradualmente dimenticare questo quadro per sostituirvi la terribile idea che la guerra sarebbe stata vinta opponendo vite ad altre vite. Grazie al controllo esercitato su tutte le notizie dal fronte, lo Stato maggiore generale sostituiva una versione dei fatti coerente con questa strategia.”.²⁷

Come attestano questi brani, l'accesso ai fatti è limitato, ma grazie alle nuove tecnologie lo è sempre di meno. Tuttavia, ci sono degli spazi vuoti nel racconto della realtà democratica da parte dei giornali, che in alcuni casi vengono colmati con vere e proprie teorie del complotto, in altri vengono colmati dall'incessante dibattito reale e sui media, in particolar modo online (e spesso queste cose possono andare di pari passo).

Nello spiegare la natura dello stereotipo Lippmann definisce la comunicazione dell'opinione pubblica come simbolica: in senso inferenziale, la prefigurazione dell'interesse del pubblico, che va di pari passo con la costruzione del lettore modello, insieme alla necessità di rendere determinati racconti fruibili per lettori di ogni tipo, impone delle inferenze di tipo induttivo.

I giornali mirano alla costruzione di uno pseudo-ambiente. Il quale, se vogliamo, nell'era della postverità può assumere una forma quasi immanente, quella della pagina social, della simulazione e dell'iperrealtà delle *echo-chambers*.

La parola simbolo deriva dal greco σύν «insieme» e βάλλω «gettare», significa quindi “mettere insieme”. Il termine viene usato anche in ambito religioso per indicare l'insieme di valori delle prime comunità cristiane, (dalla stessa radice βούλομαι “scelta, preferenza, volontà”, nell'accezione, quindi, di volontà comune.

E se esiste una comunicazione simbolica troveremo sicuramente anche una comunicazione “diabolica” dal greco διάβολος, “ingannatore”, “che si getta di traverso, conduce di traverso, si frappone alla volontà”.²⁸

Esistono infatti argomenti fortemente polarizzanti che spaccato totalmente l'opinione pubblica, ampiamente dibattuti sui media e fuori, che in alcuni casi sfociano anche in tristi episodi di violenza.

Esempi possono trovarsi in casi di cronaca nera irrisolti, vicende giudiziarie senza fine e che magari coinvolgono qualche politico, ma anche argomenti come il fascismo e le varie dichiarazioni che vengono fatte in merito dai politici. Abbiamo visto come il *lockdown*, la gestione della pandemia e della campagna vaccinale abbiano polarizzato molto

il discorso sui media.

Inoltre, l'attuale situazione di guerra che ci riguarda sempre più da vicino è un chiaro esempio di come si articola la propaganda bellica, per ora fortunatamente ancora "soffice", sui vari giornali e social.

“Allo stesso modo possiamo ben capire le furie della guerra e della politica, tenendo presente che la quasi totalità dei membri di ognuna delle parti in lotta crede assolutamente alla propria immagine della parte avversaria, e che considera realtà non ciò che è reale, ma ciò che suppone essere reale.

[...]

Con lo stesso meccanismo con cui si creano gli eroi, si fanno anche i diavoli.”²⁹

3.5 La teoria della cospirazione come un'allegoria satirica della realtà

“Nell'ottobre del 1966 Jim Garrison si mise a leggere il rapporto della Commissione Warren e provò a venire a capo dell'assassinio del presidente Kennedy. La commissione aveva pubblicato ventisei volumi di udienza di prove era una quantità enorme di dati, ma non aveva molta esperienza come procuratore distrettuale ed era abituato a gestire vaste e complesse e modi di informazioni. Passò al vaglio ogni dichiarazione dei testimoni ed esaminò ogni singola fotografia. Con tutti quei dati mentalmente disposti davanti ai suoi occhi, cominciò ad analizzare il caso.

[...]

Garrison intuì il modo in cui la Commissione aveva tratto simili conclusioni dall'ammasso di dati a disposizione; tuttavia, capì anche che nell'analisi c'erano stati numerosi errori. Troppe informazioni contraddittorie erano state ignorate, e troppe commissioni non erano state prese in considerazione. A suo modo di vedere le conclusioni della

commissione non raccontavano la vera storia dell'assassinio. Semmai raccontavano la storia che la gente voleva sentirsi raccontare.

Era stata scelta la narrazione più accettabile, anziché quella vera.

[...]

Insieme alle indagini è cresciuta la confusione, e oggi sono in pochi a credere che la vera narrazione, l'unico racconto veritiero dell'assassinio, vedrà mai la luce.”³⁰

La parola teoria del complotto nasce proprio dopo l'attentato a John Fitzgerald Kennedy. Dal caso Kennedy in poi sono state prodotte e diffuse una serie di narrazioni completamente fuori dal comune, complice la diffusione delle droghe psichedeliche. Quell'epoca ha visto la nascita di culti postmoderni, come il “*discordianesimo*”.³¹

Il culto si prefissa come obiettivo quello di mettere qualunque cosa in discussione a costo di inventare le teorie più strampalate. È curioso come molti attori che entrano in scena durante le indagini sull'attentato siano seguaci e molto vicini al fondatore di questo culto.

Con la rete tutti questi racconti sono stati riproposti, personalizzati, reinventati, amplificati da quello sulla terra piatta, che ha trovato subito terreno fertile su Youtube, agli avvistamenti ufo, e soprattutto alla teoria della razza aliena di dominatori rettiliani. Tutti questi racconti sono confluiti, negli ultimi anni sotto il grande brand di QAnon (sembra un complotto nel complotto), cosa che va guardata con sospetto. Secondo QAnon esiste un elite di alieni che domina il nostro mondo attraverso il sistema bancario.³²

Se non fosse che ci sono persone che ci credono davvero, il racconto di QAnon potrebbe essere una bella allegoria di questi tempi, il racconto del continuo scontro religioso, ma anche economico e che ha interessato anche la storia dell'arte del Rinascimento, tra immanenza e trascendenza di Dio o del Denaro.

Anche la teoria del complotto, quindi, non è una fuga dalla realtà, al contrario essa è accompagnata dall'ossessione per la verità e per un racconto massimalista della realtà, che risulta amplificata e moltiplicata.

A questo proposito Donatella De Cesare scrive:

“I complottisti sono convinti militanti della trasparenza. Al contrario di quello che si potrebbe supporre, non fuggono la superstizione non ne vadano nell’irrazionalità ma sono invece iperazionali e si rivelano ben guardare gli eredi più altzisti degli ideali illuministici. Tutto ciò che è nascosto deve essere messo allo scoperto. L’occulto l’arcano in recondito non hanno più ragione d’essere punto di più: il mistero deve essere abolito. Per dirla chiare lettere parentesi e con il consueto manicheismo chiusa parentesi: il bene e il principio normativo della trasparenza e il male quel che le ostacola. Sono le élite corrotte, le forze occulte, i media mistificatori.

D’altronde il potere risiede nel Segreto. [...] Si intuisce perché il segreto da un canto rappresenta una barriera dall’altro sia un perenne stimolo o infrangerla la tentazione di trasgredire, profanare, divulgare, fa già parte della trattativa del Segreto. [...]

Ma il tentativo di portare tutto alla luce finisce per sortire l’effetto opposto. Dietro ogni complotto svelato si presume un complotto più recondito. Mentre il mistero riaffiora Seguita a proiettarsi l’ombra dell’invisibile. Non più però nell’oltre Divino bensì nello spazio umano che si Popola di spettri figure minacciose nemici malvagi tutta l’invisibilità si condensa nel potere per definizione occulto così la società dell’informazione alimenta l’immaginario della società segreta ogni rivelazione mette allo scoperto un Arcano ancora da rivelare l’informazione diventa una macchina che produce un’oscurità più profonda.”³³

Anche in questo caso si parla di questo tipo di tematica con eccessivo allarmismo, che in regime di postverità, e soprattutto di ossessione per la verità, rischia di offuscare ancora di più l’interpretazione di determinati fatti. Tuttavia, i rischi ci sono. Come scritto nei capitoli precedenti si sta diffondendo sempre di più la pratica dell’iperattivismo politico in diversi ambiti.

Abbiamo fatto alcuni esempi ma se ne possono aggiungere molti altri. A tal proposito Lippmann scrive:

“Infatti mi è abbastanza chiaro che in certe situazioni gli individui reagiscono alle finzioni con la stessa forza con cui reagiscono alla realtà, e che in molti casi contribuiscono a creare proprio quelle funzioni a cui reagiranno.[...] In tutti questi casi (nda. in cui si fa circolare una notizia senza verificarla) c'è un fattore comune che è particolarmente degno di nota: l'inserimento di uno pseudo-ambiente tra l'individuo e il suo ambiente. Il comportamento dell'individuo è appunto una reazione a questo pseudo-ambiente. Ma dato che è un comportamento, le sue conseguenze, se si tratta di atti, non operano nello pseudo-ambiente nel quale è stato stimolato, ma nell'ambiente reale nel quale l'azione accade.”³⁴

In alcuni casi però le teorie del complotto si trasformano in notizie credibili, anche se bisogna fare i conti, anche in questo caso con il bipensiero. Un argomento molto dibattuto quello del Cloud Seeding una “verità” ormai sdoganata ma che per lunghi anni è stata marchiata come teoria cospirativa. È curioso notare che facendo una ricerca su Google il concetto venga espresso sia come una verità comprovata e in uso, sia come una teoria della cospirazione allo stesso tempo.³⁵

3.6 Conclusioni

“Per come la vedeva Wilson, tutti abbiamo bisogno di modelli che calzino i fatti a pennello e che riescano in qualche modo a prevedere quanto accadrà poi. È quello che ci offrono le migliori ideologie, religioni e filosofie.

Ciò che dovremmo evitare confondere questi modelli con il mondo reale, perché la cosa diversa dal territorio un menù non è un pasto.

Una volta compreso questo, viene meno la necessità di combattere per difendere la “verità”.³⁶

Come afferma Anna Maria Lorusso le caratteristiche della post verità come regime discorsivo possono essere riassunte in quattro punti:

- La postverità non è una cesura, o una sorpresa;
- La postverità non nega la verità, ma la moltiplica e la privatizza;
- L’opposizione vero/falso è difficilmente utilizzabile;
- Una delle modalità di selezione della verità è narrativa.³⁷

La complessità del tema delle notizie nel regime discorsivo della postverità, andrà via via aumentando, con lo sviluppo sempre crescente delle nuove tecnologie d’informazione.

Le intelligenze artificiali, insieme ai dispositivi di tracciamento pubblicitario e all’incertezza e all’illusorietà dell’ambiente del web 2.0 possono dar luogo a fenomeni allarmanti come quello delle bolle di contenuto, le *echo-chambers*. Rischiamo che si lasci sempre più spazio a meccanismi di stimolo/risposta finalizzati alla soddisfazione immediata, e sempre meno spazio all’interpretazione dei testi.

Una via d’uscita sta però nello stesso web 2.0, la quantità di informazioni che ci mette a disposizione e illimitata, e tramite la ricerca e la semiotica si può mettere alla prova ogni tipo di narrazione. Inoltre, la possibilità di partecipare alla costruzione di nuove narrazioni non ha prezzo.

“Non siamo attrezzati per affrontare tante sottigliezze, tanta varietà, tante mutazioni e combinazioni. [...].

Lo studioso dell’opinione pubblica deve quindi cominciare col riconoscere il rapporto triangolare esistente tra la scena dell’azione, la rappresentazione che l’uomo si fa di questa scena e la reazione a tale rappresentazione. [...] movente interiore e comportamento esteriore”.³⁸

Note

1. A. M. Lorusso, *Postverità*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2018 pp. 5-39
2. Oxford Dictionaries, Enciclopedia Treccani
3. A. M. Lorusso, *Postverità*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2018 pp. 8
4. Valentina Manchia, *Il discorso dei dati. Note semiotiche sulla visualizzazione delle informazioni*, Franco Angeli, Milano, 2020
5. Anna Maria Lorusso, Patrizi Violi, *Semiotica del testo giornalistico*, Editori Laterza, Roma-Bari 2004
6. ibidem, facendo riferimento a Umberto Eco, *I limiti dell'interpretazione*, La nave di Teseo, Milano, 2016, pp.
7. Umberto Eco, *Trattato di semiotica generale*, La nave di Teseo, Milano 2016
8. Charles Sunders Peirce, *Esperienza e percezione. Percorsi nella Fenomenologia*, a cura di Maria Luisi, Edizioni ETS, Firenze 2008, pp 113-164
9. Roland Barthes, *La camera chiara*, Giulio Einaudi editore, Torino, 1980 e 2003
10. Ibidem
11. Ibidem
12. Monica Fagioli, Sara Zambotti, a cura di, *Antropologia e media. Tecnologie, etnografie e critica culturale*, Ibis, Como-Pavia, 2005
13. https://en.wikipedia.org/wiki/Reptilian_conspiracy_theory, nello specifico si veda:
https://www.youtube.com/watch?v=jFocC8DU8_Y oppure
<https://www.youtube.com/@darkmatter2989>

14. Sergio Velluti, *Brecht e il teatro sociologico*, Cremona editore, Roma, 1974
15. Patrizia Rodi, *Mediamondo. Viaggio attraverso le comunicazioni di massa*, Lupetti-Editori di comunicazione, Milano 2010, La Televisione, pp. 113-129
16. W. Lippman, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma, 2018
17. Enrica Perucchiotti, *Fake news, Dalla manipolazione dell'opinione pubblica alla post-verità: come il potere controlla i media e fabbrica l'informazione per ottenere il consenso*, Arianna Editrice, Bologna, 2018 pp.
18. Ibidem
19. Ray Bradbury, *Fahrenheit 451*, trad. di Giorgio Monicelli, Arnoldo Mondadori Editore, Milano 1999, ed. Originale U.S.A. 1953
20. W. Lippman, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018, pp.
21. E. Perucchiotti, *Fake news, Dalla manipolazione dell'opinione pubblica alla post-verità: come il potere controlla i media e fabbrica l'informazione per ottenere il consenso*, Arianna Editrice, Bologna, 2018 pp.
22. <https://www.open.online/>
23. <https://www.youtube.com/watch?v=qIXA6bHX6d8> oppure nel dettaglio si veda: <https://www.raiplay.it/programmi/presadiretta>
24. <https://www.open.online/2022/03/14/laboratori-armi-biologiche-ucraina-disinformazione/>
25. Per lo Schema Narrativo Canonico (Greimas) nel testo giornalistico, si veda A. M. Lorusso, P. Violi, *Semiotica del testo giornalistico*, Editori Laterza, Roma-Bari 2004;
26. G. Galli, *Intelligence e Scienze politiche*, estratto da M. Caligiuri (a cura di), *Intelligence e scienze umane. Una disciplina accademica per il XXI secolo*,

Rubbettino Editore, Soveria Mannelli 2016 pp.60-61

27. W. Lippman, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018, pp.

28. <https://www.treccani.it/vocabolario/diavolo/>
<https://en.wiktionary.org/wiki/βούλομαι>
<https://www.treccani.it/vocabolario/ricerca/simbolo/>

29. W. Lippman, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018, pp.

30. John. Higgs, *Complotto! Caos, magia e musica house. Storia dei KLF, il gruppo che diede fuoco a un milione di sterline*, Nero, Roma 2018 pp. 53-57

31. Ibidem, per un approfondimento si veda: <https://it.wikipedia.org/wiki/Discordianesimo>

32. <https://it.wikipedia.org/wiki/QAnon>

33. Donatella Di Cesare, *Il complotto al potere*, Giulio Einaudi Editore, Torino 2021 pp-93-95

34. W. Lippman, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018, pp.

35. <https://geoengineering.environment.harvard.edu/geoengineering>
<https://it.wikipedia.org/wiki/Geoingegneria>
https://it.wikipedia.org/wiki/Inseminazione_delle_nuvole

36. J. Higgs, *Complotto! Caos, magia e musica house. Storia dei KLF, il gruppo che diede fuoco a un milione di sterline*, Nero, Roma 2018

37. A. M. Lorusso, *Postverità*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2018

38. W. Lippman, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018, pp.



L'assalto a Capitol Hill



L'arresto di Trump, immagine prodotta dall'intelligenza artificiale



Il giubbotto del Papa, immagine prodotta dall'intelligenza artificiale



La sfida del grano che inquieta l'Europa. L'Ue corre ai ripari per sedare la rivolta degli agricoltori di Polonia, Slovacchia e Ungheria

Lo stop all'import di cereali e altri beni alimentari nei tre Paesi di Visegrad rischia d'incrinare il sostegno Ue all'Ucraina. Ecco da dove viene la crisi e come può risolversi

17 APRILE 2023 - 18:25

Simone Diagne



Russia, l'oppositore politico di Putin Vladimir Kara Murza condannato a 25 anni di carcere



La coordinazione dei mercenari di Wagner: «Cody» soborno ucciso, bambini ucraini sotto ordine di Prigožin a Bakhmut e Solovjov



Scovato un autospesista della polizia cinese a New York, FBI arresta due agenti: primo caso negli Usa

DA VEDERE

Video



ROMA, L'AUTO DI CINO IMMOBILE FINISCE CONTRO UN TRAM: TRAUMA DISTORSO ALLA COLONNA VERTEBRALE PER IL CAPITANO DELLA LAZIO - IL VIDEO
L'uscita del tram è all'ospedale Umberto I mentre con 5 passeggeri sono in altre strutture della Capitale



L'AVVERSARIA (E AMICA) CADE E SI FA MALE, LEI SI RIFIUTA DI TIRARE, IL GUSTO DI FAIR PLAY DI EMILIA ROSSATI NELLA FINALE DI SICHERMA UNDER 23 - IL VIDEO
Scegliendo volontariamente di non continuare la sfida, ha consegnato la ultima all'infelicitata Gaia Trovati



AVVISTATI TRE LUPI ALLE PORTS DI ROMA: «STANNO ANDANDO DAI CINGHIALI» - IL VIDEO
La scorsa estate erano stati segnalati degli esemplari nei pressi di Labaro e di Prima Porta



LISA, INSULTI RAZZISTI E LANO DI OGGETTI CONTRO RUDIGES DEL REAL MADRID: BOMBO IL MATCH CONTRO IL CADICE «VINO BARRONDO» - IL VIDEO
Le immagini diffuse da media spagnoli mostrano il difensore avvitarsi agli spazi del regatore la sua maglietta a un bambino. A due punti l'aggressione

OPEN

Fact-checking



Fact-checking di Open è un progetto giornalistico indipendente che mira a monitorare le notizie false o fuorvianti diffuse in Italia e all'estero, fornendo un servizio di corretta informazione e degli strumenti necessari ai cittadini per imparare a riconoscere le bufale, la disinformazione, la misinformazione e tutte le altre falsità che minano la società e il processo democratico.

Da aprile 2021 siamo membri dell'IFCN (International Fact-Checking Network).

METODOLOGIA

I MEMBRI DEL TEAM

CONTATTACI



La sezione Fact-checking di Open

FACT-CHECKING · COMPLOTTI · FAKE NEWS · RUSSIA · UCRAINA

No! Quelli in Ucraina non sono laboratori militari per la guerra biologica

14 MARZO 2022 - 17:21

di Juanne Pili



I laboratori ucraini per la produzione di armi biologiche esistono solo negli uffici della propaganda russa, almeno dal 2018

Una fake news?

4. L'esperimento - *Cronaca Numistrana*

“Più nello specifico sembra che, dietro a una carica di coincidenze, spesso sia all'opera un preciso senso dell'umorismo, e che pertanto la matematica non sia lo strumento di analisi ideale.”¹

4.1. Abstract

Il tema della postverità è variegato e molto complesso. Il testo giornalistico non può essere preso come parametro di verità. “E così pretendere di ottenere un giudizio sulla veritena attraverso i giornali significa accollare a questi e ai lettori un onere che non possono e non debbono portare.”²

Con questo non si vuole dire che tutte quelle sui quotidiani siano fake news o racconti di fantasia, ma i fattori da considerare sono molteplici. Nel capitolo precedente si è cercato di analizzare e valutare i tentativi di arginare il problema delle *fake news* tramite il *debunking*, ma ne è emerso quanto sia difficile e quanto si corra il rischio di una “deriva del debunking“, per fare una citazione. In particolar modo perché questa attività si articola, come lo stesso giornalismo, sul testo giornalistico, sottostando alle medesime regole. Quello delle *fake news* viene presentato come allarme sociale e come fenomeno dilagante, ma siamo sicuri che l'utente medio non sappia riconoscere una *fake news* o non sappia leggere criticamente una notizia?

Per poter rispondere a questa domanda è stato necessario condurre un esperimento traendo spunto da un esempio fatto da Lippmann. Per spiegare come agiscono gli stereotipi sull'interpretazione di un fatto, Lippmann fa riferimento ad un esperimento tenutosi a un congresso di psicologia a Gottinga "su un gruppo di osservatori presumibilmente addestrati".³ Un gruppo di cronisti doveva redigere un rapporto immediato dopo aver assistito ad un evento, per la precisione una caotica zuffa, inaspettata per loro, ma concordata e documentata dagli organizzatori dell'esperimento.

"In definitiva un quarto dei rapporti dovette essere considerato come falso. Non è necessario dire che tutta la scena era stata concordata e anche fotografata prima. I dieci rapporti falsi sono dunque da inserire nella categoria dei racconti e delle leggende, altri ventiquattro sono semileggendari e i sei rimanenti hanno più o meno il valore di testimonianza esatta."

Partendo però dal presupposto che il fatto in sé riportato da una notizia non è sempre completamente verificabile, più che di esattezza si parla di credibilità. Pertanto si è cercato di simulare una testata giornalistica operante tramite canale Telegram, che pubblica tutte quelle notizie che possono ricadere nel tema della postverità che possiamo trovare online, titoli click-bait, titoli o immagini ambigue, vere e proprie fake news, chiedendo agli utenti di stabilire tramite un'interazione diretta col canale se si tratti di notizie credibili, sospette o non credibili. I risultati verranno poi mostrati in un grafico che cercherà di mostrare al contempo, attraverso la mappatura del giudizio degli utenti, quelle che sono le posizioni degli utenti in rapporto al testo giornalistico in un contesto di postverità. Inoltre, come vedremo sarà possibile, attraverso il grafico, fare alcune riflessioni su come agiscono gli stereotipi e quali tipi di notizie suscitano più interesse negli utenti.

4.2. Obiettivi dell'esperimento

“L'ipotesi che me sembra più feconda è che la notizia e la verità non a siano la stessa cosa, e debbano essere chiaramente distinte. La funzione della notizia è di segnalare un fatto, la funzione della verità è di portare alla luce i fatti nascosti, di metterli in relazione tra di loro e di dare un quadro della realtà che consenta agli uomini di agire.”⁴

L'obiettivo principale di questo esperimento è quello di stabilire come gli utenti reagiscano a determinati tipi di notizie: molto sintetizzate, ambigue, inesatte, spudoratamente false, assurde, ma comunque verosimili. Sono stati stabiliti, sulla falsa riga dell'esperimento a cui fa riferimento Lippman, tre livelli di credibilità.

Il Modello della Veridizione di Greimas e la Scala della falsificazione proposta da Eco⁵ non sono stati utilizzati, l'uno perché si riferisce alla verità intrinseca del racconto, quindi, è utile nell'analisi di un racconto specifico; l'altro per l'impossibilità di confrontare la notizia col fatto stesso: non si può parlare, infatti, di falsificazione o di contraffazione. Lo scopo dell'esperimento non è quello di portare alla luce la verità espressa da determinate notizie. Ciò che si vuole misurare è l'impatto immediato di un frammento di notizia, il titolo di un articolo e la fotografia ad esso associata, ad un immediato primo sguardo del lettore, in un contesto come quello del social media o dell'app di messaggistica istantanea.

Non si vuole entrare nel merito delle tematiche di ogni notizia, né stabilire se le notizie siano “vere o false”, o con quale testata giornalistica l'utente abbia stipulato un “contratto veridittivo”.⁶

In questi contesti, dati dal web 2.0, molto spesso la notizia viene letta di sfuggita o di fretta e scrollata, non sempre approfondita, ma quello sguardo immediato basta per far scaturire diversi meccanismi di interpretazione. Come afferma Lippmann, il lettore attribuisce senso ad una notizia in base all'esperienza che ha del fatto riportato; pertanto, l'esperimento non vuole indagare su tutti gli aspetti di senso

profondi che si possono attribuire a determinate notizie, o su quanto l'utente sia abile nel *debunking* di una notizia.

Piuttosto si cerca di dimostrare la complessità del tema della postverità, descrivendo il ruolo delle notizie e delle testate giornalistiche, in questo discorso. Scopo principale è quantificare e misurare il grado di consapevolezza e l'adattabilità dell'utente a un racconto giornalistico articolato ormai su diverse piattaforme, diversi media, e a determinati tipi di notizie sempre più sintetiche ed ambigue o sensazionalistiche, che spesso vengono "*scrollate*" più che lette. Inoltre, dopo aver raccolto un sufficiente quantitativo di dati, si vuole rendere graficamente la complessità di questo tema, ribadendo "quella teoria della semiotica per la quale l'oggettività sia un effetto di senso".⁷

I risultati sono stati pubblicati attraverso alcune "*Prime pagine*", ovvero delle infografiche progettate ad hoc, che rappresentano la quantità di ogni reazione per ciascuna notizia proposta.

4.3. Strumenti utilizzati

Telegram è un servizio di messaggistica istantanea e *broadcasting* basato su cloud ed erogato senza fini di lucro dalla società Telegram LLC, una società a responsabilità limitata con sede a Dubai, fondata dall'imprenditore russo Pavel Durov. I client ufficiali di Telegram sono distribuiti come software libero per Android, Linux, iOS, MacOS, Windows.

Caratteristiche di Telegram sono la possibilità di scambiare messaggi di testo tra due utenti o tra gruppi, effettuare chiamate vocali e videochiamate cifrate *punto-punto*, scambiare messaggi vocali, videomessaggi, fotografie, video, *sticker* e file di qualsiasi tipo fino a 2 GB. Attraverso i canali è anche possibile la trasmissione in diretta di audio/video e testo verso i membri che si uniscono. È inoltre possibile programmare l'orario di invio di un messaggio audio/testo; impostare un timer per l'autodistruzione dei messaggi che permette l'eliminazione

automatica del messaggio una volta visualizzato dal destinatario, così come cancellare messaggi anche per il destinatario, e modificarne il testo dopo l'invio.⁸ Grazie alle sue *API*, Telegram offre la possibilità di creare dei *Bot* attraverso i quali gestire i canali, raccogliere dati, e proporre contenuti interattivi agli utenti.

La crisi dell'informazione, se così si può chiamare, determinata dal contesto di postverità, la retorica di verità e di necessità di verità, portata avanti da alcuni attivisti, e la possibilità di interazione del web 2.0 hanno spostato l'attenzione dei fruitori di notizie dai classici media mainstream a quelli che sono i *social network* e le *app* di messaggistica *p2p*. Per le sue caratteristiche, per la sua parvenza di privacy, e, inoltre, per la sua ricchezza di contenuti in download, Telegram ha soddisfatto quella necessità degli utenti di avere accesso alla libera informazione, creando un ambiente che per certi aspetti sembra un altro internet.

Ben presto Telegram ha raccolto nei propri canali molte voci del dissenso, informazione alternativa, satira, complottismo. Non solo, la varietà di canali di settore su Telegram è molto vasta ed alcuni canali sono molto utili ed interessanti nel campo dell'economia, *cripto currency*, e *news* generaliste. Inoltre, essendo un'*app* progettata per i singoli utenti, ha permesso a cronisti e fotoreporter di tutto il mondo di proporre in maniera diretta i propri reportage, ed i propri articoli, come se fosse un blog personale. Ciò permette alle testate di avvicinarsi ai lettori e dà a questi l'impressione di trovarsi a contatto diretto con gli addetti ai lavori.

Pertanto, la gara solo giornalistica per aggiudicarsi lo *scoop* viene estesa anche agli stessi lettori, che spesso tramite Telegram e i suoi canali, arrivano alle notizie ben prima dei media mainstream.

I canali di news su Telegram sono molti e molto diversi tra loro. Innanzitutto, vi è una forte settorializzazione, anche e soprattutto da un punto di vista politico; inoltre, non tutti i canali sono gestiti alla stessa maniera: alcuni sono sempre attivi e offrono la possibilità di commentare stimolando la discussione, altri si limitano al *reposting* dei contenuti pubblicati da altri giornali e da altri canali.

La notizia su Telegram cambia tono, oltre che impostazione grafica.

La voce del giornale viene sostituita dalla voce del direttore o dei direttori del canale i quali, quando si tratta di canali gestiti in maniera attiva e con impegno, interagiscono direttamente con gli utenti. In questi casi i toni sono intimi e colloquiali, in altri sono più standardizzati e impersonali.

Spesso i canali di *news* partono dal basso e si presentano come tali, quindi eventuali errori vengono “perdonati”, a differenza del media mainstream. In altre occasioni sono gli stessi “addetti ai lavori”, cronisti, reporter, fotoreporter, a gestire i propri canali personali e sembra quasi di intercettare l’informazione prima che diventi notizia. Si ha così l’impressione di essere sempre più vicini alla “massa informe” dei fatti.

Telegram offre sistemi di interazione diretta e la possibilità di stravolgere la narrazione di una o di una serie di notizie. Pensiamo ai poll o alle reaction, e già il nostro modo di raccontare la notizia cambia, si può rendere partecipe l’utente al racconto e, allo stesso tempo, si possono raccogliere dati utili alle proprie ricerche. La sperimentazione, oggetto della presente ricerca, poteva essere svolta anche su altri social, ma dopo aver valutato i limiti interpretativi offerti dagli altri sistemi, si è deciso di optare per Telegram.

“In questo senso ho insistito sulla distinzione fra interpretazione e uso di un testo, e ho detto che quella di Derrida era interpretazione mentre quello di Maria Bonaparte, che usava il testo per trarre inferenze sulla vita privata di Poe, immettendo nel discorso prove che ricavava da informazioni biografiche extra testuali, era semplice uso”

Uno dei social media più utilizzati per la fruizione di notizie è Twitter. Tuttavia, molto spesso la notizia sui *social network* e in particolar modo su Twitter non viene interpretata, ma usata. È facile imbattersi su questo social in vere e proprie guerre tra utenti a colpi di *tweet*, sui disparati e i vari temi di cronaca. La forte polarizzazione, i recenti fatti di cronaca (*Twitter Files*) e la forte presenza di *troll* avrebbero potuto

infiare la corretta raccolta dei dati. Probabilmente da un'analisi dei tweet sarebbe stato più facile indagare sulle inferenze degli utenti nell'articolazione profonda del senso, ma saremmo stati costretti a entrare nel merito delle tematiche delle notizie prese in esame e dei commenti lasciati. In più, sarebbe stato necessario identificare e scartare i *troll*.

Un'analisi dei tweet e dei commenti alle notizie pubblicate su altri canali social, è stata fatta per la scelta delle notizie, ma una raccolta dati "reazioni" su Twitter sarebbe stata meno affidabile, poiché è difficile stabilire chi twitta per lavoro/propaganda, chi è un *bot*, (chi è del FBI), e chi invece lo fa con sincera spontaneità. Spesso ci sono "troll" che fingono di credere alle *fake news* solo per scatenare reazioni, anche verbalmente molto violente, negli altri utenti o per propagandare determinate teorie complottistiche. Inoltre i recenti fatti di cronaca hanno reso ancora più difficile individuare queste differenze negli intenti di chi scrive e commenta.

I dati raccolti sul canale, sono stati riportati su una tabella di file (.csv) e sono stati visualizzati con RawGraphs. È stato scelto di progettare un grafico sulla base di una *treemap* - anche se non può essere definito una vera e propria treemap poiché non organizza gerarchie complesse. Con un po' di inventiva, è stato scelto di far coincidere questo tipo di grafico con quella che potrebbe essere una "prima pagina" di quotidiano online o cartaceo, nel quale ogni notizia è rappresentata in un rettangolo la cui area rappresenta il totale delle reazioni espresse. Le altre variabili numeriche sono state affidate alle variabili visive del colore. Per le notizie più credibili si è scelto di mettere maggiormente in risalto il canale blu dello spettro cromatico RGB, per quelle sospette il verde, per quelle non credibili il rosso. Il grafico viene proposto per ora in maniera statica, ma può essere pubblicato online aggiornando e visualizzando i dati in tempo reale.

4.4. Preparazione e svolgimento

“Lenina ed Henry interruppero la loro partita e si avviarono a piedi verso il club dai prati del Trust delle secrezioni interne ed esterne arrivava il muggito delle migliaia di bovini che fornivano con i loro ormoni e il loro latte le materie prime e la grande officina di Farnham Royal.

Un incessante ronzio di elicotteri riempiva Il Crepuscolo ogni due minuti e mezzo una campana e dei fischi acutissimi annunciavano la partenza di uno dei treni leggeri e monorotaia che riconducevano i giocatori di golf delle Caste inferiori dal loro campo separato alla metropoli. Le linee ed Henry presero posto nel loro apparecchio e decollarono a 250 metri d'altezza Harry e rallentò le eliche dell'elicottero ed essi rimasero per qualche minuto sospesi sopra il paesaggio che svaniva. La foresta di barnam beaches si stendeva con un grande stagno di oscurità verso il limite è ancora brillante del cielo occidentale tremisi all'orizzonte l'ultima luce del tramonto Si scolorì passando dall'arancione al giallo e ha un pallido verde d'acqua.

A settentrione Al di là e al di sopra degli alberi l'officina delle secrezioni interne ed esterne ed ardeggiava da ogni finestra dei venti piani le sue violente abbaglianti e luci elettriche. Al di sotto di essa stavano le costruzioni del golf club le le enormi caserme delle Caste inferiori e dall'altra parte del muro divisorio le case più piccole riservate ai soci alfa e beta punto le strade che conducevano la stazione del treno a monorotaia erano nere di gente delle classi inferiori che si muoveva come formiche da sotto la volta di vetro un treno illuminato si slanciò fuori all'aperto seguendo nel cammino verso sud-est nella Pianura ormai invasa dall'oscurità i loro occhi furono attirata dai maestosi edifici del crematorio slaugh per la sicurezza dei voli notturni le sue quattro ciminiere erano illuminate al giorno e coronate sulla sommità da Rossi segnali di pericolo era un punto di riferimento”.¹⁰

Traendo ispirazione dai romanzi utopici e distopici del Novecento,¹¹ si è voluto creare un canale Telegram di notizie sul modello di quelli visti nel primo capitolo, ma che pubblica soltanto notizie assurde, come se fosse dichiaratamente il quotidiano di un'altra realtà parallela alla nostra.

La possibilità di commentare è vietata, a differenza della gran parte dei quotidiani online e dei social veicoli di notizie. L'unica interazione possibile è quella di stabilire tramite “tap” se la notizia pubblicata sia credibile o meno. In un certo senso i lettori fanno da censori/sanzionatori delle notizie che verranno poi pubblicate sulle “prime pagine” a cui si fa riferimento nei paragrafi precedenti.

4.4.1. Nome e Brand

Senza uscire dall'estetica della postverità e delle distopie novecentesce, seguendo il filone delle antiche città perdute da riconquistare, come Atlantide, Mu, Lemuria, Gerasa - molto care anche ai complottisti di QAnon - si è deciso di chiamare il giornale Cronaca Numistrana, da Numistra una di queste mitologiche città, fondata nell'Italia meridionale, dopo il grande diluvio dalla figura mitologica di Askenaz, citato nella *Bibbia* (*Genesi*, 10, 2-3), figlio di Gomer, a sua volta figlio di Iafet e dunque pronipote di Noè.¹²

Il logo è fatto su ispirazione dei loghi delle prime agenzie televisive e radiofoniche del '900 o dei quotidiani americani del mondo dei fumetti, richiama infatti il panopticon della BBC, uno dei primissimi loghi adottati dall'azienda inglese.

4.4.2. News Making

“L’invenzione è dunque l’individuazione di un oggetto possibile all’interno del sapere disponibile, dove la realtà - il mondo fisico e psichico - diviene campo di continua interrogazione e quindi di interpretazione. Non per nulla la forma logica dell’inventiva è l’abduzione, che a partire da un interrogativo cerca la risposta là dove essa non è stata mai tentata.”¹³

Questa citazione, pur sembrando fuori contesto, non è casuale: la notizia viene inventata. Questa affermazione può sembrare provocatoria ed essere tacciata di relativismo, ma in senso etimologico inventare, dal latino *in-venio*, significa “trovare, incontrare, imbattersi per caso, scoprire, rintracciare, venire a conoscenza”.¹⁴ Per spiegare la differenza tra invenzione e creazione Salvatore Zingale ricorre alle parole del pittore svizzero Johann-Heinrich Füssli, di cui è celebre l’aforisma “Creation gives, Invention finds existence”, egli riporta:

“essa [l’invenzione], scopre, sceglie, combina, il possibile, il verosimile, il conosciuto in una maniera che colpisce per la sua aria di verità e di novità insieme”.¹⁵

Anche Lippmann parla di invenzione in senso etimologico come messa in forma della notizia, estratta dalla massa informe dei fatti che si susseguono indistinti. Egli esemplifica in maniera molto chiara tutti quei livelli di passaggio e quelle dinamiche di interessi che avvengono nel processo di trasformazione di un fatto in una notizia.

In un certo senso, volendo azzardare un ragionamento da un punto di vista etimologico la parola “informazione”, che dal vasto numero di significati, viene spesso usata come sinonimo di notizia - dal latino *informatio/-onis*, ovvero mettere in forma dei dati nella nostra mente, nozione, rappresentazione, ma anche formazione, istruzione, educazione¹⁶ - potrebbe indicare un movimento continuo e spesso anche molto profondo dall’esterno all’interno, verso l’esterno, verso

gli altri esseri umani, verso le macchine. D'altro canto, la parola notizia - dal latino *notitia* a sua volta da *notus*¹⁷ - potrebbe indicare, per l'appunto, il fissaggio di queste informazioni in un racconto destinato ad essere noto, comprensibile al pubblico e, in molti casi, di cui il pubblico sa già qualcosa e su cui possiede già un'opinione più o meno consapevole, ha già degli stereotipi. Citando Oxford Languages si riporta la prima tra le definizioni della parola notizia:

- “Oggetto di comunicazione o diffusione, ritenuto di particolare importanza ai fini dell'interpretazione di fatti contingenti o a proposito delle reazioni che può provocare nei singoli o nella collettività: n. false, vere, tendenziose; buona, lieta, feroce n.
- Fare notizia, diventare oggetto di interesse mediatico
 - Breve comunicazione, bibliografica o di cronaca, in pubblicazioni periodiche a carattere scientifico.
 - [...]”

Come possiamo notare da questa definizione, la notizia presuppone “l'interpretazione” di un fatto e prefigura una reazione da parte dell'opinione di singoli o della collettività, in sostanza da parte dell'opinione pubblica.

Esattamente come per il design, la ricerca della notizia parte dall'individuazione di un problema, da una selezione, e da una “prefigurazione” di come può essere soddisfatta la curiosità del lettore e di quali stereotipi vengono messi in atto nell'interpretazione della notizia stessa. Molto spesso Lippmann fa riferimento a parole come “invenzione” e “fantasia”:

“Il direttore si serve di questi comunicati. Sta seduto nel suo ufficio, li legge, di rado vede lui stesso una parte degli avvenimenti. ... Egli deve attirare ogni giorno almeno un settore dei suoi lettori, perché questi ultimi lo lasceranno senza pietà se un giornale concorrente riesce a colpire la loro fantasia.”¹⁸

In un certo senso si potrebbe affermare che il quotidiano in sé ed il media in generale, in qualunque forma (cartacea, web, social), opera in un contesto di postverità e contribuisce esso stesso a determinarlo, a produrlo e a modellarlo.¹⁹ A tal proposito anche A.M. Lorusso in *Semiosi del testo giornalistico* parla in termini simili di News Making e di racconto del giornale,²⁰ descrivendo in maniera dettagliata quali modelli della semiotica si possono individuare all'interno della composizione di un testo giornalistico.

Per rendere evidente come diversi quotidiani organizzino il proprio racconto giornalistico, A. M. Lorusso ricorre allo Schema Narrativo Canonico di Greimas, attraverso il quale analizza tre articoli di tre diversi quotidiani - Il Corriere della Sera, La Repubblica e il Giornale - che riportano, ovviamente ognuno secondo il proprio racconto, lo stesso fatto. Da questo modello seleziona quattro diversi tipi di notizie che variano in base alla presenza o all'assenza nel racconto delle diverse fasi dello Schema Narrativo Canonico.

Quello della *Manipolazione* è il passo nel quale l'attore protagonista, il destinante, viene "manipolato", nelle fiabe quando l'eroe viene convinto a imbarcarsi nell'impresa. È la fase in cui viene stabilito l'oggetto di valore che il protagonista deve ottenere alla fine della narrazione. Per quanto riguarda il racconto giornalistico, è la fase in cui, dopo che il consueto equilibrio nello svolgimento dei fatti viene turbato, si designano gli attori protagonisti coinvolti in questo turbamento, i destinanti, per l'appunto, e i manipolatori, che possono essere anche oggetti inanimati, contingenze, crisi economiche, possibili corruttori, e via discorrendo, a seconda del tipo di contenuto e dell'effetto di senso ricercato dalla testata.

La *Competenza* è la fase nella quale l'Eroe riceve gli strumenti per compiere l'impresa. Il soggetto cerca di procurarsi le competenze per poter realizzare l'azione designata dal racconto. In base al fatto che viene riportato e a come viene riportato, potranno essere competenze cognitive, pratiche, o anche 'emotive'. La semiotica definisce quelle competenze minime necessarie per qualsiasi azione (volere, dovere, potere e sapere), "modalità" del soggetto. Si tratta di quegli attributi

del soggetto che modificano il suo agire. Si suddividono in modalità virtualizzanti: dovere e volere, che “inaugurano la possibilità di un’azione”;²¹ e attualizzanti: potere e sapere che consentono invece, di poter realizzare il proprio programma d’azione.

La *Performanza* (o Esecuzione) è l’effettiva esecuzione dell’impresa da parte del protagonista. Nel caso di una notizia, ogni azione può essere pensata come una trasformazione; si può trasformare uno stato di fatto, che può riguardare tutta una collettività, come nel caso di una catastrofe (terremoti, pandemie, crisi economiche), o può subire mutazioni lo stato dei soggetti del racconto, un politico indagato, un criminale condannato o prosciolto. Si possono trovare degli aiutanti. Si possono, naturalmente, presentare degli oppositori, persone o agenti materiali che ostacolano il percorso. Il soggetto agisce per realizzare l’obiettivo stabilito nella fase della manipolazione; questo obiettivo, semioticamente definito come oggetto di valore, potrà essere materiale o astratto.

La *Sanzione* è il giudizio finale al fatto raccontato. È il momento in cui viene designato dal racconto un sanzionatore che giudica l’esecuzione dell’impresa, stabilendo premi e ricompense, meriti e demeriti. L’azione del soggetto, ormai conclusa, viene quindi giudicata. Nel caso del racconto giornalistico, la giudicherà innanzitutto il destinante del programma narrativo, in secondo luogo chi ha aiutato il soggetto, chi ha osservato la sua performance; a volte anche, lo stesso soggetto potrà auto-giudicarsi. Si può pensare alle dichiarazioni finali in un articolo su un fatto giudiziario, di un imputato assolto o a quelle del suo avvocato, se condannato.

“Anche la sanzione più privata, in ogni caso, sarà comunque sempre legata a una dimensione intersoggettiva, perché ispirata e informata da un sistema di valori che, in quanto tale, costituisce l’assiologia di una certa cultura”.²²

Anna Maria Lorusso scrive nel capitolo sulla composizione del racconto giornalistico:

“È importante notare come uno schema di questo tipo attribuisca sempre agli eventi una precisa prospettiva e una natura intrinsecamente polemico-conflittuale all’azione. Ogni storia, in realtà, è quasi sempre la somma di due percorsi - quello di un soggetto e quello di un anti-soggetto che gli si oppone. Pensiamo, banalmente, al caso di una campagna elettorale; posso raccontare la storia del candidato di maggioranza (che avrà dei mandanti, dei suoi aiutanti e dei suoi opposenti) o posso raccontare la stessa storia dalla prospettiva del candidato di opposizione (che avrà altri mandanti e per il quale coloro che prima erano opposenti saranno aiutanti). Ma pensiamo anche a situazioni apparentemente non polemiche o competitive: il ritrovamento di un reperto archeologico in un misterioso fondale marino. Esso potrà essere letto come il percorso di ricerca di uno studioso contro l’oblio, il mare che tutto nasconde, le istituzioni, che magari non hanno voluto sostenere per anni le ricerche, ecc.

La messa in rilievo di questa strutturazione polemica soggiacente - e l’individuazione della prospettiva assunta dalla narrazione - è fondamentale nella costruzione delle notizie.”²³

A.M. Lorusso, nello stesso capitolo, continua descrivendo le fasi successive di articolazione del senso profondo di una notizia secondo la semiotica generativa riassunte qui di seguito.

L’attorializzazione, il passaggio da attanti, definite funzioni dello schema narrativo, posizioni vuote non ancora individuate ad attori, le posizioni individuate ovvero il soggetto, l’anti soggetto, il destinante, il destinatario, aiutante, opponente; *la spazializzazione*, la contestualizzazione spaziale di un certo racconto, fatto, notizia (“programma d’azione”); *la temporalizzazione*, l’attribuzione di una specifica temporalità agli eventi il che vuol dire sia collocarli in un determinato momento storico, sia attribuirgli un certo tipo di durata

e di ritmo, (un evento può essere continuo, frammentario, ricorsivo, omogeneo e così via); *la tematizzazione* ovvero la scelta di ‘incarnare’ determinati valori in certi specifici temi; *la figurativizzazione*, l’attribuzione di una figura, di un aspetto, ovvero di una dimensione percettiva agli attori e alle figure, non antropomorfe, del mondo del racconto.

Le tipologie di notizie che vengono individuate dalla studiosa sono: notizie complete, nelle quali si possono individuare tutte le fasi dello Schema Narrativo Canonico; notizie preparatorie, incentrate sulle fasi di manipolazione e competenza; notizie performative, incentrate sulla performance, quindi sull’azione vera e propria; notizie sanzionatorie, che enfatizzano il momento e le modalità della sanzione.

“Vedere verso quale tipo di notizia tende un articolo può essere utile per mettere a fuoco le presupposizioni che sono attribuite al lettore e le inferenze che gli sono richieste”,²⁴

e nel caso di questo esperimento, molto utili per individuare, selezionare ed inventare le notizie da sottoporre al pubblico del canale Telegram di “*Cronaca Numistrana*”. L’obiettivo di un quotidiano è quello di costruire il proprio Lettore Modello, in possesso di una determinata enciclopedia (piano cognitivo) e che abbia un certo tipo di atteggiamento nei confronti del testo che gli viene posto di fronte (piano passionale).²⁵

Se pensiamo ai nuovi contesti di fruizione delle notizie e all’integrazione tra giornali e web 2.0 l’enciclopedia necessaria all’utente riguarderà anche il saper orientare l’interpretazione anche su queste piattaforme, dove l’enunciato si riduce, la voce stessa del giornale può venire filtrata o distorta da un altro utente. Inoltre, un giornale - web, social o cartaceo - deve fare i conti con le conoscenze presupposte sugli argomenti di cui si sta parlando.²⁶

In quest’epoca di integrazione tra media differenti è molto difficile “perdere il filo”. Già nei primi capitoli del testo di A. M. Lorusso, si parla dei continui rimandi da un giornale all’altro.

I social e il web non solo amplificano la diffusione delle notizie all'interno delle stesse piattaforme, ma mantengono vivo un vero e proprio discorso per ogni notizia di rilievo che viene pubblicata dalle testate, inoltre permettono di registrare, potenzialmente all'infinito, una notizia rendendola consultabile anche in un secondo momento, e sistemi come gli ashtag, permettono di risalire facilmente ai temi principali proposti dalle cronache, e dagli altri utenti.

D'altro canto, nelle notizie pubblicate via social - in particolare via Telegram - e nella maggior parte delle condizioni di fruizione di un certo tipo di notizie, accade che l'enunciato si presenta agli occhi del lettore ridotto solo a titolo e immagine. Si riducono così diversi elementi che vengono sostituiti dall'interfaccia grafica della piattaforma e dal commento di chi condivide la notizia. Non è detto che il lettore possa o decida di andare a leggersi l'intero articolo, ma molto spesso - come dimostrano i meme, ma anche le prime pagine dei quotidiani - questi due elementi bastano per innescare delle inferenze, e mettere in atto determinati stereotipi, funzionali all'interpretazione anche di concetti molto complessi. Lippmann parla dello stereotipo come di un dispositivo di economia nello sforzo interpretativo:

“[...] il perfetto stereotipo. Il suo contrassegno è che esso precede l'uso della ragione: è una forma di percezione, che impone un certo stampo ai dati dei nostri sensi prima che i dati arrivino all'intelligenza, [...] Non c'è nulla di più refrattario all'educazione, o alla critica, dello stereotipo. Si imprime sull'evidenza nell'atto stesso di constatarla.”²⁷

Per restringere il campo e non entrare nel merito di ogni notizia, si è fatto ricorso ad una sineddoche: si è considerato come testo giornalistico nella sua interezza soltanto il titolo di una notizia con la sua immagine.

Sono state selezionate dalla massa informe di news, di cui la rete è ormai pervasa, determinate notizie che possono essere considerate, dai titoli e dalle immagini, fuorvianti, ambigue, sospette.

Alcune di esse sono state riproposte così com'erano, altre sono state "remixate", per usare un termine caro a Lev Manovich,²⁸ e altre, infine, sono state completamente inventate in senso etimologico e letterale.

Sono state mescolate diverse notizie tra di loro, a volte inventando titoli associati a immagini originariamente riferite ad altri articoli, cercando di stravolgerne il senso: per esempio, in diversi articoli sul meteo, proposti sul canale, si è data per scontata come vera la notizia, che ci sia un macchinario in grado di controllare il clima.

Gli articoli, opportunamente "certificati" da foto e video, avvalorano una delle più classiche teorie del complotto. Il tutto nei confini ben definiti di titolo e immagine.

Questo esperimento non vuole, infatti, indagare su tutte le dinamiche di senso che possono aver luogo attorno ai temi "caldi" della postverità, ma semplicemente misurare il grado generale di immunità a determinate notizie fuorvianti, false o satiriche, cercando di individuare quali stereotipi vengono messi in atto e quali tra queste notizie stimolano maggiore interesse per i lettori.

Inoltre, sarà possibile misurare anche il livello generale di adattabilità degli utenti a racconti giornalistici nuovi, filtrati, ironici o distorti, come può avvenire sui *social network* e in generale sul web. Le notizie sono state selezionate in base a quelle che possono essere le semantiche della postverità, (complotto, polarizzazione, propaganda, aspetti emozionali, ecc.) ma evitando notizie di cronaca nera o troppo complesse, o che richiedano conoscenze specifiche da parte dei lettori. La distorsione operata non deve essere totale o stravolgente, ma deve inserirsi in un discorso verosimile.

Anche per questo sono stati scelti temi di forte attualità come il clima, la politica, la geopolitica, le intelligenze artificiali, che possano essere interpretati in ottiche paranoide o complottiste o più semplicemente distorte o satiriche, simulando un contesto il più fedele possibile alla realtà di fruizione.

4.4.3. Dataset e grafici

I dataset sono stati costruiti in una tabella (file .csv) con 7 colonne:

Link della notizia - Titolo - Immagine o video - Q.tà di Credibile - Q.tà di Sospetto - Q.tà di Non credibile - Q.tà Totale di reazioni.

Pertanto, ogni riga della tabella presenta una notizia con i suoi attributi e variabili numeriche. Ogni dataset presenta un numero limitato di notizie poiché ognuno di essi equivale a una "prima pagina", il grafico che rappresenta i dati progettato con l'estetica che simula una possibile prima pagina della testata "Cronaca Numistrana".

Le notizie vengono presentate in un grafico a rettangoli, una sorta di treemap, dove l'area di ogni rettangolo rappresenta il totale delle reazioni ad ogni notizia, mentre le variabili di credibilità sono affidate rispettivamente ai canali R G B delle immagini. Al blu corrisponde Credibile al verde Sospetta e al rosso Non credibile. Maggiore è la presenza di uno dei canali dello spettro, maggiore sarà il numero di reazioni ad esso corrispondente.

Dai grafici si può notare come innanzitutto ci sia sempre un limite all'interpretazione delle notizie, date in una certa maniera. In secondo luogo, possiamo vedere come la gran parte degli utenti abbia un buon grado di immunità alle fake news: cose effettivamente non credibili sono state considerate tali dalla maggior parte degli utenti.

Chi ha considerato credibili determinate notizie non significa che le consideri davvero tali, ma volendo fare ipotesi ottimistiche, può essere qualcuno che gioca sull'ironia avendo compreso appieno il discorso del giornale simulato in questione.

È curioso notare come molte delle notizie sospette o non credibili siano state quelle di maggior interesse per lo sguardo dei lettori. In più guardando quelle notizie a tema politico emerge l'uso di luoghi comuni. In particolare, vengono considerate credibili delle esagerazioni sul governo, l'effetto è satirico e si può ipotizzare che in alcuni casi sia

stato legittimato dai lettori.

Anche notizie complesse come quelle sugli incontri di Mattarella sono state interpretate come tali, ovvero come notizie di difficile interpretazione, ma se le guardiamo una per una anche quelle con le foto più ambigue sono state interpretate “correttamente”.

Il grafico vuole trasmettere l'incertezza del racconto giornalistico tentando di rappresentare la consapevolezza dei lettori. Forse vivere in un contesto di postverità significa vivere in un contesto di consapevolezza. Consapevolezza della complessità.

L'interpretazione della realtà ha dei limiti ben marcati, per la vastità e immensità dei fatti che vi si susseguono e anche per la loro intangibilità. È molto difficile, come afferma Lippmann, che le cause profonde di un evento possano essere descritte poiché è molto difficile renderle tangibili. Facendo l'esempio di uno sciopero, sottolinea come sia molto più facile rendere evidenti le conseguenze dello sciopero, i suoi effetti, piuttosto che le sue cause.

Ed è proprio su questa tangibilità che si appiglia il racconto giornalistico. In un certo qual modo come il designer il cronista deve offrire un “segno” tangibile di un avvenimento, alla percezione dei lettori.

Note

1. John Higgs, *Complotto! Caos, magia e musica house. Storia dei KLF, il gruppo che diede fuoco a un milione di sterline*, Nero, Roma 2018 pp. 53-57
2. W. Lippmann, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018 p.260
3. tratto da *La Formation des légendes* di A. Von Gennep, (Flammarion, Paris, 1910, Traduzione italiana *Le origini delle leggende. Una ricerca sulle leggi dell'immaginario*, trad. It. Di V. Cucchi, Xenia, Milano 1992, pp108-9), in *L'opinione pubblica*, W. Lippmann, Donzelli Editore, Roma 2018 pp. 63-64
4. W. Lippmann, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018 p.265
5. Umberto Eco, *I limiti dell'interpretazione*, La nave di Teseo, Milano, 2016, capitolo 3.4 Falsi e contraffazioni, pp. 125-145; sul Quadrato della veridizione: A. J. Greimas, *Sémiotique et sciences sociales*, Seouil, Paris 1976, ripreso in A. M. Lorusso, *La Semiosi del testo giornalistico*, Editori Laterza, Roma-Bari 2004
6. A. M. Lorusso, P. Violi, *La Semiosi del testo giornalistico*, Editori Laterza, Roma-Bari 2004, pp 73
7. *Ibidem*, pp 113
8. <https://it.wikipedia.org/wiki/Telegram>, <https://telegram.org/>
9. U. Eco, *I limiti dell'interpretazione*, La nave di Teseo, Milano, 2016, pp. 33-34
10. Aldous Huxley, *Il mondo nuovo. Ritorno al mondo nuovo*, Mondadori Libri, Milano, 1961, 2015. Titolo originale: *Brave New World*, Mrs Laura Huxley, 1932, 1958
11. *News from Nowhere* di William Morris, *Il mondo nuovo* di Aldous Huxley, 1984 di George Orwell, per citare la letteratura, ma vi si possono aggiungere i miti di Atlantide, di Albione, Mu, ripresi prima e durante la Seconda guerra mondiale dalla propaganda. Il fascismo ha tentato addirittura di realizzare queste città

utopiche, tra le quali si annoverano Italica, Carbonia, Arborea, (un caso realizzato) Latina, o la terra promessa di Gerasa per i complottisti di QAnon. Per un'interessante ricerca architettonica sulle città utopiche si veda: Ottavio Amaro, Maria Luisa Attardo, Giuliana De Fazio, *Ci sarà una volta un'isola. Viaggio attraverso l'Isola Ferdinanda*, Vibo Valentia 1986.

12. <https://it.wikipedia.org/wiki/Aschenez> fonti: Giuseppe Flavio, *Antichità giudaiche*, 93-94 d.C.; Giuseppe Maria Alfano, *Istorica descrizione del Regno di Napoli diviso in dodici provincie*, [...], Vincenzo Manfredi, Napoli 1798; Giuseppe Francioni Vespoli, *Itinerario per lo Regno delle Due Sicilie*, 1828, Stamperia Francese.

13. Salvatore Zingale, *Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva*, Franco Angeli, Milano, 2017, 2021, Dal disegno al design: viaggio intorno a una parola, Il design come idea del possibile, 1.4. La prefigurazione di Brunelleschi, P. 34.

14. Salvatore Zingale <http://www.gramma.it/lezionidisemiotica/2122-2/> Lez. 07 *Le Abduzioni* – Lez. 08 *La trasformazione inventiva*.

15. S. Zingale, *Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva*, Franco Angeli, Milano, 2017, 2021, Dal disegno al design: viaggio intorno a una parola, Il design come idea del possibile, 1.4. La prefigurazione di Brunelleschi, pp. 31 e successive.

16. <https://www.treccani.it/vocabolario/informazione/>

17. <https://www.treccani.it/vocabolario/notizia/>

18. W. Lippmann, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018 p. 260

19. A. M. Lorusso, *Postverità*, Editori Laterza, Bari-Roma 2018, pp.10 “Semioticamente, sono convinta che i media funzionino come sistemi modellizzanti del reale”.

20. A. M. Lorusso, P. Violi, *Semiotica del testo giornalistico*, Editori Laterza, Roma-Bari 2004, pp 80-98.

21. Ibidem

22. Ibidem

23. Ibidem.

24. Ibidem.

25. sul lettore modello: A. M. Lorusso, P. Violi, *Semiotica del testo giornalistico*, Editori Laterza, Roma-Bari 2004, pp. 68-79; U. Eco, *I limiti dell'interpretazione*, La nave di Teseo, Milano, 2016, sul lettore modello capitolo 1 *Intentio lectoris appunti sulla semantica*, pp. 31-35, capitolo 3 Il lavoro dell'interpretazione pp. 92-96 e 147-159. W. Lippmann, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018, capitolo VII.XXII *Il Fedele Lettore*, pp.243-250.

26. Sulla presupposizione: U. Eco, *I limiti dell'interpretazione*, capitolo 4 *Le condizioni dell'interpretazione*, pp 204-251.

27. W. Lippman, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma 2018, capitolo III Gli stereotipi pp. 61-120.

28. Lev Manovich, *Software Culture*, Edizioni Olivares, Milano 2010, pp.191



CRONACA NUMISTRANA



A proposito di crisi di governo.



Piovano vermi dal cielo. Allarme in Cina, gli scienziati: "Fenomeno spiegabile"



Sembra il Risiko ma sono i piani ufficiali della Nato per il conflitto Russo-Ucraino. Un approfondimento.



Zelensky, 'Cambiamo il nome della Russia in Moscovia'



Meloni firma gli autografi dopo la sua mirabolante esibizione canora



Il principio che sta dietro alle piogge di vermi spiegato dagli scienziati



CRONACA NUMISTRANA



Il giubbotto di Papa Francesco spopola sul web



Attentato a Via Rasella: La Russa si corregge: "erano pensionati, sì, ma futuristi. Il più vecchio tra loro aveva 30 anni".



I satelliti italiani diventano angeli custodi del patrimonio culturale



Il giallo del Paperone morto. Eredita da 35 miliardi. Ma nessuno sa chi sia



Biella, l'oasi naturalistica protetta della Baraggia invasa da carri armati e cannoni



Visita di Draghi a Mattarella prima del pranzo di Meloni al Colle, sul tavolo i nodi del Recovery



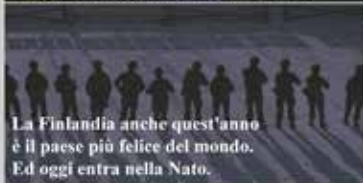
Clamoroso: il vertice Draghi-Mattarella era una bufala



Ciao, non hello! Il governo italiano vuole vietare le parole inglesi con multe fino a 100mila euro



Il retroscena. Mattarella irritato per i tentativi di tirarlo in ballo: "Non sono il capo dell'opposizione"



La Finlandia anche quest'anno è il paese più felice del mondo. Ed oggi entra nella Nato.



Meteo: Siccità nel Nord Italia. Problemi col macchinario. Presto nuovi aggiornamenti sul meteo

5. Conclusioni

In questo testo si è cercato di fare chiarezza sul tema della postverità, cercando con strumenti semiotici di capire come sia cambiato il testo giornalistico e come si sia articolato all'interno dei nuovi media. Si è cercato di sfatare alcuni miti legati all'allarmismo sul tema della postverità e su quali siano i reali rischi.

L'esperimento ha dimostrato che lo stato di immunità a determinati tipi di notizie è abbastanza buono anche se, e si può vedere dal grafico, probabilmente si nutre lo stesso livello di sospetto per tutti i tipi di notizie, viene meno l'attenzione per quelle notizie che interessano di più la concretezza della vita democratica dei cittadini. Le questioni locali vengono spesso considerate meno importanti delle grandi narrazioni nazionali, o, nei casi peggiori, delle artefatte narrazioni complottiste.

Inoltre, il tema stesso della postverità rischia di gettare seriamente fumo negli occhi di intellettuali e studiosi in diversi campi del sapere. Avvenimenti come l'assalto a Capitol Hill, pur essendo diventati simbolici di questo tema racchiudono delle cause profonde che vanno oltre le teorie del complotto e la postverità, e che probabilmente andrebbero ricercate nella recente storia politica americana.

Quello della postverità rischia di diventare uno stereotipo traducibile con atteggiamenti di sospetto verso qualunque narrazione. Come

anche le cause di questa “crisi del giornalismo” andrebbero ricercate nelle ultime vicende politiche internazionali, o comunque in una crisi generale della narrazione.

A causa della quantità di notizie, alla complessità e pervasività degli strumenti di informazione, la difficoltà sta proprio nel ricostruire un racconto coerente della realtà, di comporre un testo, e il rischio, da una parte, è quello di porsi un limite all’interpretazione prima ancora che “venga imposto dal testo”, dall’altra è quello di cadere in catene di interpretazioni sbagliate o falsificate che sfociano in echo-chambers, che possono avere conseguenze gravi per l’individuo e per l’intera società civile. Allo stesso tempo il web stesso ci offre la soluzione, possiamo approfondire una ricerca in tempi straordinariamente brevi, abbiamo a disposizione, testi, foto, video, mappe geografiche interattive, possiamo consultare diverse fonti, e possiamo proporre le nostre narrazioni.

Inoltre, la semiotica offre tutti gli strumenti necessari per smascherare qualunque tipo di *fake news* o di propaganda. Tuttavia, in ambito giornalistico (ma anche in quello semiotico e scientifico) bisogna ricordarsi sempre che il fatto, non può mai essere riportato così com’è. L’era della postverità potrebbe essere vista, invece, come l’era della consapevolezza, consapevolezza della complessità della realtà, della moltitudine di narrazioni. Per trovare la verità bisogna addentrarsi in questa complessità e alle volte compiere veri e propri atti di fede, o di apostasia.

“Ci sono delle caratteristiche che ogni vero scienziato possiede. [...]

Primo: la sua anima deve essere completamente dominata dalla passione per la scoperta della verità in un determinato ambito, senza considerare quale sia il colore di questa verità. In secondo luogo, deve possedere un dono naturale per il ragionamento, per il pensiero strettamente rigoroso.

[...]

In una certa misura possiamo vedere che questo effetto si è prodotto sull'uomo civilizzato nel suo complesso durante il corso della storia.

[...]

La saggezza sta nel saper distinguere le occasioni adatte al ragionamento da quelle in cui è meglio procedere per istinto.

[...]

La capacità di osservazione [...] può indicare un gran numero di cose che non hanno nulla in comune.

[...]

Se consideriamo il significato che sembra adattarsi meglio a questa espressione - vale a dire la capacità di cogliere la propria sensazione precisa senza farsi influenzare da alcuna interpretazione - gli scienziati sono decisamente meno abili degli artisti nella maggior parte dei campi di ricerca."¹

Forse la verità è una materia che può trattare solo l'arte. Mark Lombardi, artista neo-concettuale statunitense ha fatto delle notizie una forma d'arte realizzando grafici reticolari che chiamava *Narrative Structures*. Essi rappresentavano i collegamenti tra diverse notizie, che documentano presunte frodi finanziarie e politiche da parte di mediatori di potere, e in generale "gli usi e gli abusi del potere."²

Infine, l'esperimento può essere la base per ulteriori sviluppi, la simulazione può essere portata all'estremo e gamificata: individuate due fazioni all'interno del gruppo di lettori, una volta fornito loro il bot per pubblicare i contenuti, potranno sfidarsi a colpi di notizie.

Tramite un punteggio e un sistema di ranking, i lettori/giocatori otterranno sempre più facoltà di manipolazione delle notizie, dalla condivisione dei semplici link delle notizie già edite, alla possibilità di scrivere da zero una notizia.

I dati ottenuti potranno essere utilizzati per l'individuazione di nuovi tipi di lettori modello e la progettazione di una nuova testata giornalistica vera e propria.

Note

1. Charles. Sunders Peirce, *Esperienza e percezione. Percorsi nella Fenomenologia*, a cura di Maria Luisi, Edizioni ETS, Pisa, 2008

2. Mark Lombardi - *Death defying acts of art and conspiracy*: <https://www.youtube.com/watch?v=63eYXqbXLtg>

5. Bibliografia

Walter Lippman, *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma, 2018

Anna Maria. Lorusso, Patrizia Violi, *Semiotica del testo giornalistico*, Editori Laterza, Roma-Bari 2004

Anna Maria. Lorusso, *Postverità*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2018

Salvatore Zingale, *Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva*, Franco Angeli, Milano, 2017, 2021

Renato Stella, Claudio Riva, Cosimo Marco Scarcelli, Michela Drusian, *Sociologia dei new media*, De Agostini Scuola, Novara, 2014

Umberto Eco, *I limiti dell'interpretazione*, La nave di Teseo, Milano, 2016

Umberto Eco, *Trattato di semiotica generale*, La nave di Teseo, Milano 2016

Roland. Barthes, *La camera chiara*, Giulio Einaudi editore, Torino, 1980 e 2003

Monica Fagioli, Sara Zambotti, a cura di, *Antropologia e media. Tecnologie, etnografie e critica culturale*, Ibis, Como-Pavia, 2005

Enrica Perucchiotti, *Fake news, Dalla manipolazione dell'opinione pubblica alla post-verità: come il potere controlla i media e fabbrica l'informazione per ottenere il consenso*, Arianna Editrice, Bologna, 2018

Ian Bogost, Simon Ferrari, Bob Schweizer, *Newsgames. Journalism at play*, The MIT press, Cambridge, Massachusetts, 2010

Lev Manovich, *Software Culture*, Edizioni Olivares, Milano 2010,

John Higgs, *Complotto! Caos, magia e musica house. Storia dei KLF, il gruppo che diede fuoco a un milione di sterline*, 2018, Nero, Roma

Daniele Barbieri, *Guardare e leggere. La comunicazione visiva dalla pittura alla tipografia*, Carocci editore, Roma, 2011

Donatella Di Cesare, *Il complotto al potere*, Giulio Einaudi editore, Torino, 2021

U. Eco, *Il fascismo eterno*, La nave di Teseo, Milano, 2017

G. Orwell, *Diari di guerra*, Arnoldo Mondadori Editore, Milano 2007

Ottavio Amaro, Maria Luisa Attardo, Giuliana De Fazio, *Ci sarà una volta un'isola. Viaggio attraverso l'Isola Ferdinanda*, Edizioni Mapograf, Vibo Valentia 1986.

Mario Caligiuri (a cura di), *Intelligence e scienze umane. Una disciplina accademica per il XXI secolo*, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli, 2016

Charles Sanders Peirce, *Esperienza e percezione. Percorsi nella Fenomenologia* a cura di Maria Luisi, Edizioni ETS, Pisa, 2008

Valentina Manchia, *Il discorso dei dati. Note semiotiche sulla visualizzazione delle informazioni*, Franco Angeli, Milano, 2020

Shoshana Zuboff, *Il capitalismo della sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, Luiss University Press, Roma, 2019

Sergio Velluti, *Brecht e il teatro sociologico*, Cremona editore, Roma, 1974

Patrizia Rodi, *Mediamondo. Viaggio attraverso le comunicazioni di massa*, Lupetti-Editori di comunicazione, Milano 2010

Ray Bradbury, *Fahrenheit 451*, trad. di Giorgio Monicelli, Arnoldo Mondadori Editore, Milano 1999, ed. Originale U.S.A. 1953

Aldous Huxley, *Il mondo nuovo. Ritorno al mondo nuovo*, Mondadori Libri, Milano, 1961, 2015. Titolo originale: *Brave New World*, Mrs Laura Huxley, 1932, 1958

William Morris, *News from Nowhere*, Thames & Hudson, Londra, 2017, edizione originale inglese Reeves & Turner, Londra, 1891

George Orwell, *1984*, traduzione di Stefano Manferlotti, Mondadori, Milano, 2016, edizione originale inglese Secker & Warburg, Londra, 1949

Giampaolo Proni, *La lista della spesa e altri progetti. Semiotica, design, comportamenti delle persone*, Franco Angeli, Milano, 2012

Umberto Eco, *Numero zero*, Bompiani/Giunti Editore, Firenze-Milano, 2019

George Orwell, *Diari di guerra*, Arnoldo Mondadori Editore, Milano 2007

Bruno Marfellotto, progetto editoriale, *Gli anni delle stragi. 1969-1984*, pubblicazione in abbinamento a L'Espresso, GEDI Gruppo Editoriale, Roma, 2019

Luciano Floridi, *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2017

Richard Hofstadter, *Hostile paranoia nella politica americana*, Adelphi edizioni, Milano, 2021

5. Sitografia

A. Cornia, Reuters Institute Digital News Report 2022, 15th June 2022, consultato online al sito <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/italy>

Fondazione Censis, 17° Rapporto sulla comunicazione. I media dopo la pandemia, Roma, 6 ottobre 2021, consultato online al sito https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/Sintesi_32.pdf

Demos, L'informazione durante la guerra. L'informazione e la guerra in Ucraina 2022, sondaggio realizzato da Demos & Pi per La Repubblica, consultato online al sito <http://www.demos.it/a01974.php>

Reporters without borders, Methodology used for compiling the World Press Freedom Index. From 2022 onwards, consultato online al sito https://rsf.org/en/index-methodologie-2022?year=2022&data_type=general

La classifica sulla libertà di stampa non è così affidabile come sembra, 04 maggio 2022, su Pagella Politica, consultato online al sito <https://pagellapolitica.it/articoli/classifica-liberta-di-stampa-problemi>

G. Ferrari, Libertà di stampa: l'Italia sprofonda al 58° posto nella classifica mondiale, 4 maggio 2022, consultato online al sito <https://www.lindipendente>.

online/2022/05/04/liberta-di-stampa-litalia-sprofonda-al-58-posto-nella-classifica-mondiale/

Dipartimento per l'informazione e l'editoria, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Contributi alla stampa, 2021, consultato online al sito <https://www.informazioneeditoria.gov.it/it/attivita/contributi-erogati-e-agevolazioni-concesse/contributi-erogati-e-agevolazioni-concesse/2021/>

I nuovi contributi pubblici ai giornali, Charlie, newsletter su giornalismo e informazione della rivista Il post, 4 settembre 2022, consultato online al sito <https://www.ilpost.it/charlie/i-nuovi-contributi-pubblici-ai-giornali/>

Un mercoledì da leoni...o da bufale? Con Enrica Perucchietti, YouTube caricato da Salvo5puntozero, 22 feb 2017, consultato online al sito https://www.youtube.com/watch?v=u5_bjtSkXI4

La mala-informazione mediatica in Italia. Perché è così imbarazzante? YouTube caricato da Nova Lectio, 7 dicembre 2022, consultato online al sito <https://www.youtube.com/watch?v=x6bwYjBCqpQ>

A. D. Signorelli, Chi ci guadagna dalla paura dell'intelligenza artificiale, 15 aprile 2023, su Wired, consultato online al sito <https://www.wired.it/article/intelligenza-artificiale-paura-terminator-guadagno-marketing-musk/>

A. D. Signorelli, Cos'è il lungotermismo, la nuova fanatica utopia della Silicon Valley, 24 marzo 2023, su Il tascabile, consultato online al sito <https://www.iltascabile.com/scienze/lungotermismo/>

S. Andi, How and why do consumers access news on social media?, 23 giugno 2021, Reuters Institute for the Study of Journalism, consultato online al sito <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/how-and-why-do->

consumers-access-news-social-media

M. Thibault, Welcome to the Internet – Identità, ludicità e mascheramenti ai confini del Web, pubblicato su Mimesis journal E-C, 2018, consultato online al sito https://it.wikipedia.org/wiki/Semiotica_dei_nuovi_media#Analisi_dei_siti_web

Unione Sarda, testata online, consultato online al sito <https://www.unionesarda.it/news-sardegna>

Il Sole 24 Ore, testata online, consultato online al sito <https://www.ilsole24ore.com/>

Best Reptilian Shapeshifting Compilation (2018-2019), YouTube caricato da Strange Things 2, 27 maggio 2018, consultato online al sito https://www.youtube.com/watch?v=jFocC8DU8_Y

Dark Matter, canale YouTube, consultato online al sito <https://www.youtube.com/@darkmatter2989>

Open, testata online, consultato online al sito <https://www.open.online/>

Gli Stati Uniti hanno finanziato con soldi pubblici esperimenti “gain of function” in Cina, YouTube caricato da Rai, 9 dicembre 2021, consultato online al sito <https://www.youtube.com/watch?v=qIXA6bHX6d8>

M. Di Nicola (regia), R. Iacona (conduzione), 2022, consultato online al sito <https://www.raiplay.it/programmi/presadiretta>

J. Pili, No! Quelli in Ucraina non sono laboratori militari per la guerra biologica, 14 marzo 2022, su Open, testata online, consultato online al sito <https://www.open.online/2022/03/14/laboratori-armi-biologiche-ucraina-disinformazione/>

Harvard University Center for the Environment, Harvard's solar geoengineering research program, consultato online al sito <https://geoengineering.environment.harvard.edu/geoengineering>

Homepage Telegram, consultato online al sito <https://telegram.org>

S. Zingale, Lezioni di semiotica, 2021/2022, consultato online al sito <http://www.gramma.it/lezionidisemiotica/2122-2/>

Mark Lombardi -- Kunst und Konspiration (Dokumentation), YouTube caricato da 6aus49, 16 mar 2014, consultato online al sito <https://www.youtube.com/watch?v=63eYXqbXLtg>

