

**Ufficio Stampa della Provincia autonoma di Trento**

Piazza Dante 15, 38122 Trento

Tel. 0461 494614 - Fax 0461 494615

uff.stampa@provincia.tn.it

**COMUNICATO n. 1296 del 01/06/2019**

## **Populismo digitale: rivoluzione sociale prima ancora che politica**

**L'ascesa della rete come ambiente digitale ha cambiato letteralmente le prospettive politiche. Movimenti e social network si identificano ormai largamente con l'opinione pubblica ed internet ha cambiato radicalmente le regole del gioco politico. In rete sono nati nuovi partiti e la costruzione di un consenso sul web utilizza strumenti visibili e accessibili, ma anche mezzi nascosti e disponibili a pochi. Dietro all'illusione di una sfera comunicativa aperta, senza controlli, dove i cittadini possono pienamente godere della libertà, c'è comunque la nascita di una nuova propaganda politica che passa anche tramite fake account e facili strumentalizzazioni. Ecco come i leader costruiscono il proprio consenso digitale ed ecco come il populismo ha imparato a gestire il popolo del web. Una rivoluzione che ha una connotazione sociale, prima ancora che politica. Ne hanno discusso oggi al Festival dell'Economia Mauro Calise, che insegna Economia politica all'Università "Federico II" di Napoli, Stefano Zanero che Insegna al Politecnico di Milano. A coordinare Jacopo Iacoboni - Giornalista de "la Stampa" e saggista**

Cambridge Analytica ha messo in campo la compagnia di analisi accusata di aver sottratto le informazioni di oltre 50 milioni di profili Facebook e di aver utilizzato questi dati sensibili per influenzare le elezioni che hanno visto Donald Trump vincente negli Stati Uniti – ha spiegato Stefano Zanero professore associato del Deib, il dipartimento di computer engineering del Politecnico di Milano, - Sull'altro versante, sempre sul banco degli imputati, c'è lo stesso social network fondato da Mark Zuckerberg, ritenuto colpevole di aver scoperto già nel 2015 che i suoi dati erano stati trafugati in massa ma di non avvertito i suoi utenti e aver sottovalutato i rischi che quanto avvenuto poteva comportare. E noi internauti, spesso ignari della grande rivoluzione tecnologica che ha sconvolto il modo di relazionarsi e di vedere il mondo, stiamo proprio nel mezzo. Eppure, "considerando l'impatto profondissimo di questo settore su ogni attività economica e sociale umana, a livello mondiale, forse è il momento che il dibattito su queste questioni includa anche la politica. Leader e partiti politici costruiscono un proprio consenso digitale. Rispetto al passato le regole del gioco sono cambiate per forza. Più difficile, invece, è quantificare la misura e l'efficacia sulla parte politica.

Ma davvero siamo così influenzabili dai contenuti che vediamo passare sui canali social, come ad esempio Twitter? Forse sì, come dopotutto accade tramite la pubblicità che passa in televisione.

Mauro Calise spiega che questa è una rivoluzione recente che prima ancora di avere una connotazione politica ha una connotazione sociale. La politica stessa ha bisogno di una struttura sociale nuova oggi giorno e le piattaforme web non hanno fatto altro che metterla a disposizione. Siamo passati da un concetto di "essere connessi" ad un concetto di "connessione", ovvero di reputazione acquisita tramite il web".

Pensiamo che Facebook ha raggiunto gli oltre 2 miliardi e mezzo di utenti su Facebook: ovvio parlare di destrutturazione sociale. Non solo esibizione personale tramite il web, ma anche metodologie per estrapolare dati e informazioni di potenziali follower, targetizzando la campagna politica a seconda degli utenti. La differenza sta però in questo: se nel resto del mondo ciò veniva fatto da campagne e agenzie specializzate, in Italia la società web è dominio del singolo partito. Ecco quindi che è importante saperlo usare bene.

L'opinione pubblica è stata sostituita dall'opinione digitale. Nel mondo moderno è sempre stata un prodotto dei media. Con la rete, questa influenza è divenuta (apparentemente) interattiva, soprattutto nell'era dei social come Twitter o Facebook, cioè con il cosiddetto web 2.0. Trump, per fare un esempio, ha una media di 22 milioni di seguaci su Twitter, che usa come principale strumento di comunicazione, mentre disdegna la stampa e non ama la tv. In media, Trump produce circa 10 tweet al giorno. Chiunque, in teoria, può rispondergli retweettando, e questo dà l'illusione che Trump si rivolga proprio a te.

Come è possibile difendersi dai tentativi di manipolazione veicolati tramite i nuovi media?

Utilizzando i nuovi media per quello che sono, cioè veicoli e non idoli dell'informazione. Informandosi con il ricorso agli altri media, paragonando le notizie e il modo in cui sono presentate, cercando di leggere altre lingue, magari anche dando un'occhiata ai libri e non solo frequentando i blog... Avendo più fiducia in se stessi e non affidandosi all'ultimo che "te la racconta".

()