

>>>> saggi e dibattiti

Fake news

Nella società dello spettacolo

>>>> Vittorio Giacci

“Una falsa notizia è solo apparentemente fortuita”

MARC BLOCH

Le “fake news”, notizie deliberatamente ed intenzionalmente false (manipolate, ingannevoli, faziose, fuorvianti, calunniose, diffamanti), a volte chiamate con termine decisamente eufemistico “post-verità”: quasi che la verità potesse essere considerata una questione secondaria, una dimensione “oltre” atta a sottintendere l’idea che non si tratti di nozioni inventate bensì di informazioni solo apparentemente e cronologicamente infondate, ma *veritiere per il futuro*. Possono colpire indiscriminatamente chiunque, sia esso una star dello spettacolo come un leader politico, un imprenditore di successo come un amministratore pubblico, una personalità di chiara fama come un semplice cittadino: senza mediazioni di sorta, spesso veicolate sotto password o pseudonimi (*nicknames*), quindi nascoste, protette dall’anonimato e sostanzialmente impunita.

Va subito premesso che la questione non attiene a principi costituzionalmente garantiti come la libertà di stampa e di espressione, il diritto di satira e di parodia: ma alla loro distorsione in affermazioni destituite di fondamento tali da procurare gravi danni morali alle persone così come negative ripercussioni economico-finanziarie a borse e mercati. E’ ormai un fatto acquisito nella coscienza collettiva che esse non nascano dal caso, come avvertiva Marc Bloch già negli Anni Venti, ma costituiscano ormai un fenomeno socio-politico di rilevanza planetaria su cui è doveroso trovare soluzioni al più presto, prima che la società intera entri in una lacerante spirale di lesioni ai principi primari di civiltà e convivenza. Nel più ampio eco-sistema della informazione le “fake-news” vanno distinte – come ha precisato Claire Wardle - tra *misin-*

formazione (diffusione “involontaria” di informazioni fallaci) e *disinformazione* (diffusione “voluta” di informazioni non veritiere). Queste ultime avvengono, per l’appunto, non per caso, ma per fini politici od interessi commerciali: anche se la distinzione non produce effetti contrapposti poiché all’interno del sistema si generano comunque “bolle mediatiche” indistinte e dirompenti.

Intendiamoci: il mancato rispetto della verità non è certamente una invenzione di oggi (il precedente storico più illustre rimane la trasmissione radiofonica del 1938 in cui Orson Welles, leggendo brani del romanzo *La guerra dei mondi* di H. G. Wells come se se si trattasse di una cronaca giornalistica, fece precipitare nel panico la popolazione degli Stati Uniti, convinta che il nostro pianeta fosse stato invaso dai marziani).

Il clamore mediatico che consegue al dilagare di una “fake new” è praticamente irreversibile ed ineliminabile. L’offesa subita diventa “virale”, e non basta il vaccino di una rimozione tardiva a sanarla

Ne è addebitabile in via esclusiva alla rivoluzione digitale nella quale siamo immersi ed esposti, e che pur ha apportato indiscutibili opportunità alla comunicazione ed alla vita di relazione. La differenza – e la gravità del fenomeno – consiste invece nella peculiarità delle attuali forme comunicative generate da internet e dalla cosiddetta *global communication* (*blog, chat, tweet, face book, youtube, google, social media, etc.*), vero e proprio “sesto potere” capace di condizionare gli altri cinque, essendo lapalissiano che ad una menzogna corrisponde sempre e inevitabilmente una decisione sbagliata. Le “fake news” infatti, superando i limiti del tempo e dello spazio, contano sulla immediatezza della circolazione nel sistema informativo; su una straordinaria velocità di diffusione; sull’assoluta *disintermediazione* (ciascuno può diventare da consumatore a produttore immettendo direttamente in

1 M. BLOCH, *La guerra e le false notizie*, Donzelli, 1994.

2 C. WARDLE, *Fake News. It's complicated*, in “First Draft News”, 16 febbraio 2017.

rete informazioni fasulle o incontrollate, mentre il destinatario si trasforma progressivamente in un *follower* a cui è richiesto soltanto di cliccare un semplice “mi piace” su valori e concetti condivisi a priori, a volte anche solo involontariamente, in un circolo vizioso dove vale più il processo di identificazione in un mondo desiderato che l’esigenza di verità); e sulla permanenza prolungata, spesso perpetua, in rete della notizia illecita anche se in seguito smentita. In un sistema iper-mediatico, iper-connesso ed iper-informato come l’attuale il loro uso irresponsabile si trasforma in strumento di influenza e lotta politica, di inquinamento elettorale, di delegittimazione, di conflitto tra interessi economico-finanziari: ed esse diventano patologici fattori di violazione di inalienabili diritti della persona – come la reputazione, la rispettabilità e l’onorabilità – su scala non più territorialmente limitata e cronologicamente contenuta ma universale, senza scadenza e senza diritto all’oblio. Il medium, così, è tornato ad essere il messaggio, come nella previsione di Marshall McLuhan. Il clamore mediatico che consegue al dilagare di una “fake news” è praticamente irreversibile ed ineliminabile, veloce come la luce e collettivo all’ennesima potenza. L’offesa subita diventa “virale”, come si suol dire con termine aggiornato: e non basta il vaccino di una rimozione tardiva a sanarla. Come è stato detto con efficace espressione, si è passati dalla “chiacchiera-bar” alla “chiacchiera-mondo”.

Realtà alterata che si trasforma in informazione adulterata, la bugia mediatica configura un universo virtuale prepotente e violento dove l’illecito diventa lecito, l’indicibile dicibile, e nel quale l’attesa spasmodica, tipica di questa fattispecie, genera non tanto il bisogno virtuoso di *costruzione di senso* ma quello vizioso di *ricerca di consenso*: in linea con le esigenze di una società consumistica i cui profitti sono garantiti non più da un tasso di *veridizione* quanto da una necessità di *promozione*. Il prodotto vince sul soggetto e l’inganno risulta più confacente dell’attendibilità, più proficuo della credibilità. Fa parte di questo tecno-universo il fenomeno del *click-baiting*, termine che indica un contenuto *web* la cui funzione è di attrarre il maggior numero di “condividi” sui social network e su piattaforme di *video sharing* per generare proventi pubblicitari online. A questa tecnica di pseudo-informazione



strumentale al consenso ed al profitto si contrappongono siti di *debunking*, allo scopo dichiarato di evidenziare l’inaffidabilità di tali fonti e di smentire le informazioni palesemente ingannevoli.

Non si può però comprendere appieno il fenomeno se non lo si inserisce nel più vasto discorso sulla trasformazioni socio-politiche in atto nel concetto stesso di democrazia, che da rappresentativa sta diventando sempre più una “democrazia dei sondaggi”: quantitativa, emotiva, irrazionale. A questo proposito Colin Crouch ha suggerito l’espressione “post-democrazia” per indicare la progressiva trasformazione delle democrazie avanzate in oligarchie: gruppi di potere rivali esperti in tecniche di persuasione che condizionano la politica ed orientano l’opinione pubblica con appelli all’irrazionalità ed alla emotività, in ciò estremamente facilitati proprio dall’uso massiccio delle “fake news”.

Dominique Moisi conferma questa posizione sostenendo a sua volta che allo “scontro delle civiltà” descritto da Samuel Huntington si è sostituito lo “scontro delle emozioni”, stimolando stati d’animo come la paura, l’umiliazione e la speranza derivanti dal risentimento, dal rancore, dal senso di esclusione e di emarginazione a causa delle disuguaglianze crescenti nelle società post-moderne. Secondo il politologo francese la post-verità, propagandosi esponenzialmente nella rete grazie al meccanismo quantitativo dei “like”, non permette di smontare la falsità dell’assunto ma anzi lo rafforza, nella sua specificità di monologo reiterato, senza dialogo né confronto. Lo scontro, che fa leva soprattutto in periodo pre-elettorale sull’idea di “promessa” (un concetto per definizione sempre superiore alla sua attuazione e dunque “fake news” per anto-

3 M. Mc LUHAN, *Il medium è il messaggio*, Feltrinelli, 1967.

4 C. CROUCH, *Postdemocrazia*, Laterza, 2003.

5 S. HUNTINGTON, *Lo scontro delle civiltà e il nuovo ordine mondiale*, Garzanti, 2000.

6 D. MOISI, *Geopolitica delle emozioni. Le culture della paura, dell’umiliazione e della speranza stanno cambiando il mondo*, Garzanti, 2009.

nomasia), viene esercitato con politiche “post-fattuali” dove la notizia, indipendentemente dall’essere veritiera, conta più dei fatti.

Forse questo processo è iniziato proprio quando, nella società post-ideologica e liquida caratterizzata dalla mercificazione delle esistenze e dall’omologazione planetaria indicata da Zygmunt Bauman, l’industria pubblicitaria – che ha per obiettivo non di dire il vero ma di convincere all’acquisto - ed il conseguente riscontro informativo dell’*audience* del pubblico, ha avuto il sopravvento: ed ai costi delle merci, inaccessibili ai più, per soddisfare modelli e bisogni indotti, la risposta è stata la “contraffazione” di marchi ed etichette, immettendo clandestinamente in vendita prodotti *copiati* spacciati per *originali*. Il passaggio dalla *cosa* alla *notizia* ne è stato il logico corollario, e la globalizzazione dell’economia ha mondializzato il fenomeno generando la dottrina di una *iper-sovrantà dei media* contro la *sovrantà delle nazioni*.

Le modalità attuali dell’informazione in rete hanno amplificato a dismisura “condanne senza processo e senza appello” e “gogne mediatiche”: strumenti già utilizzati dalla carta stampata, ma con effetti ancor più devastanti

La “terza ondata” descritta da Alvin Toffler, corrispondente alla fine del secondo millennio ed al passaggio dalla “epoca delle immagini nel mondo” (per riprendere il titolo di un testo di Martin Heidegger) a quella “del mondo delle immagini”, e che ha portato ad una società ultra-multimediale con l’avvento dei cosiddetti *self-media* (nuovi mezzi di comunicazione come il telefono cellulare, il personal computer ed il Dvd che consentono un uso più personale ed autonomo dei media: in quanto, se in precedenza i mass media inviavano messaggi in modo massificato, i mittenti erano numericamente esigui, mentre con questi ultimi ciascuno è contemporaneamente e contestualmente *destinatario* e *mittente*), ha generato, nel passaggio dall’atomo al *bit*, una “evoluzione irreversibile e inarrestabile”, come la definisce Nicholas Negroponte: un “terziario avanzato” di portata cosmica con-

trassegnato da innovazioni che hanno progressivamente modificato il nostro rapporto con la comunicazione, e di fronte alle quali le normative dei singoli Stati si sono rivelate spesso insufficienti e inefficaci, facendo appropriatamente parlare di “democrazia inadeguata”.

Si pensi, per inciso, al rapporto cinema/televisione creato dalla liberalizzazione dell’etere a metà degli Anni Settanta, con il conseguente proliferare delle emittenti private e la fine del monopolio del sistema pubblico; od all’introduzione degli apparecchi di registrazione, che hanno causato il fenomeno della pirateria audiovisiva, la crisi della produzione cinematografica e dell’editoria ed il crollo dell’industria discografica. Oltre a ciò, che ha riguardato aspetti strutturali dell’industria culturale, le modalità attuali dell’informazione in rete hanno amplificato a dismisura “condanne senza processo e senza appello” e “gogne mediatiche”: strumenti già utilizzati dalla carta stampata, ma con effetti ancor più devastanti che rimettono in discussione principi cardine come il diritto alla terzietà del giudizio, l’obiettività, la correttezza e l’imparzialità dell’informazione, la tutela contro le indebite intromissioni nella sfera personale della riservatezza.

Se questo è il quadro economico-istituzionale, un’analoga riflessione meritano il contesto sociologico e l’aspetto comunicazionale e percettivo. Quanto al primo, va osservato che le “fake news” trovano il loro bagno di cultura innanzitutto negli interessi di apparati e di lobbies che da sempre cercano con apposite campagne di disinformazione di orientare l’opinione pubblica. Non è un caso se tutti i regimi totalitari del Novecento, dal nazismo al fascismo al comunismo, si sono serviti dell’arte più popolare dell’epoca, il cinema, come



- 7 Z. BAUMAN, *Modernità liquida*, Laterza, 2002.
 8 A. TOFFLER, *La terza ondata*, Sperling & Kupfer, 1987.
 9 M. HEIDEGGER, *L'epoca delle immagini del mondo*, in *Sentieri interrotti*, La Nuova Italia, 1968.
 10 N. NEGROPONTE, *Essere digitali*, Sperling & Kupfer, 1995.

l'arma più forte di propaganda di massa. Quello che appare meno ovvio e più inquietante è che della manipolazione sistematica dell'informazione si sono servite e si servono tuttora anche le democrazie moderne (come nel caso della guerra degli Stati Uniti contro l'Iraq nel 2003, giustificata dall'esistenza in quel paese di armi di distruzione di massa, notizia rivelatasi poi infondata), oppure delle sofisticate campagne intromissive ed inquinanti (come *Russagate* e *Pizzagate*), usate senza troppi scrupoli in occasione delle ultime elezioni americane da entrambi gli schieramenti politici.

Cliccando solo su ciò che piace, dunque sostituendo il principio di realtà con il principio del piacere, l'internauta-cittadino-informatore è portato a cercare conferme e ad escludere opinioni difformi

Ma esse riescono a diffondersi con estrema rapidità, nel "vilaggio globale" della comunicazione anche a causa di caratteristiche comportamentali individuali che trovano nel mezzo telematico uno strumento ideale per la loro affermazione. Questo permette infatti alla "folla solitaria" descritta già nel 1950 da David Riesman di emergere in tempo reale come non era mai successo con gli strumenti precedenti del comunicare: di dare voce alle proprie convinzioni con affermazioni iperboliche e giudizi lapidari, ma anche alle proprie frustrazioni grazie alla mistificante concezione dell' "uno vale uno", profilo astratto che annulla ogni distinguo, ogni diversificazione, ogni specificità e quindi anche ogni competenza. In queste condizioni il soggetto presume di diventare – come afferma Jean-Luc Nancy – "un essere-a-sé, auto produttore, autoriformatore e auto teleologico".

Si viene a creare in tal modo quello che gli psicologi chiamano "Bias di conferma": fenomeno cognitivo e processo mentale in base al quale un individuo tende a rimanere all'interno di un ambito ben delimitato di convinzioni acquisite. Effetti di tale predisposizione sono la polarizzazione delle opinioni, attribuendo una fideistica credibilità alle proprie ed escludendo, ignorando, sminuendo o negando ogni alterna-

tiva che le contraddica; il persistente convincimento in credenze anche se screditate (*continued influence effect*); l'associazione di elementi disconnessi e la loro infondata ed illusoria correlazione. Chiunque a casa propria, davanti alla tastiera del suo computer, può diventare produttore remoto di notizie e *publisher* di se stesso a distanza, senza responsabilità e fuori da ogni norma; può aprire *link* e *files* dove pubblicare tutto ciò che ritiene più opportuno, senza filtri, remore, riflessioni o ripensamenti; può ricoprire qualsiasi ruolo pur senza requisiti né idoneità; può appagare il proprio narcisismo e sentirsi esperto in ogni materia; può esercitare il potere di comunicare ma anche di diffamare, in ciò paradossalmente tutelato proprio da quell'anonimato dal quale voleva, così facendo, affrancarsi; può infine dare corpo al proprio lato oscuro, in un'ottica divisiva rigidamente diadica e manichea che separa l'amico dal nemico e che trasforma la semplificazione in radicalizzazione, il dissenso in odio.

Molla di questo sentire è la sfiducia nei mezzi di comunicazione tradizionali e nelle fonti ufficiali: la diffidenza innata nell'*establishment*, la predilezione per informazioni "altre" rispetto al sistema, la dipendenza da gruppi autogestiti e da video autoprodotti dove il tasso di falsificazione e manipolazione può essere altissimo, ed ogni teoria complottista che configura un "habitat" da "democrazia declamatoria" in cui, eliminati artificialmente nemici ed oppositori, prevale la dinamica, accentuatamente personalizzata, dei propri desideri. Cliccando solo su ciò che piace, dunque sostituendo il principio di realtà con il principio del piacere, l'internauta-cittadino-informatore è portato a cercare conferme e ad escludere opinioni difformi in uno spazio virtuale a sua disposizione, senza deficit e senza limiti, condizioni, autorità o autorevolezza: dove "ogni re è nudo" soltanto che lo voglia, e si trova a viaggiare in maniera solipsistica, volontaristica e pseudo-collegiale in uno stato di perturbante, ipnotico stordimento, navigando sempre più all'interno di una comunità tribalizzata, omologata, confermata: gruppo in cui si riconosce senza più molteplicità, dialettica, pluralismo. In questo "non-luogo" false credenze si trasformano ben presto in mezze verità, poi in verità acquisite, poi ancora in pensiero unico. Quanto al secondo aspetto, va considerata con molta attenzione la mutazione genetica avvenuta nelle forme della comunicazione da quando l'informazione è diventata essa stessa narrazione, in una sempre più penetrante ibridazione di linguaggi, di forme e stili narrativi ben definita nel termine *infotainment* e nei generi *docufilm*, *talk-show* e *reality show*, mix di documento e di finzione, di realtà e di spettacolo. Questa

11 D. RIESMAN, *La folla solitaria*, Il Mulino, 1956.

12 J.L. NANCY, *Verità della democrazia*, Cronopio, 2008.

13 R.S. NICKERSON, *Confirmation Bias. A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises*, in "Review of General Psychology", vol. 2, June 1998.

14 Z. CIUFFOLETTI, *Retorica del complotto*, Il Saggiatore, 1993.



mutazione ha trovato fondamento nell'affermazione della "società dello spettacolo", cioè nella spettacolarizzazione di fenomeni e comportamenti nella vita pubblica e associata. I sociologi della comunicazione hanno definito la progressiva espansione del fenomeno con alcune fortunate espressioni, come Roger Gerard Schwartzberg con *Lo Stato spettacolo*¹⁵. Un acuto decodificatore della società contemporanea, dei suoi meccanismi di potere e delle sue tecniche di organizzazione del consenso, delle sue tendenze e dei suoi miti come Roland Barthes aveva scritto a questo proposito: "Il potere è presente anche nei più delicati meccanismi dello scambio sociale: non solo nello Stato, nelle classi, nei gruppi, ma anche nelle mode, nelle opinioni comuni, negli spettacoli, nei giochi, negli sport, nelle informazioni, nei rapporti familiari e privati, e persino nelle spinte liberatrici che cercano di contestarlo", formulando un'analisi complessa del rapporto tra potere e cultura, tra sistema sociale e opinione pubblica. La quale, per Jurgen Habermas, era l'unico e vero centro sociale,

e per Niklas Luhmann "il luogo in cui si selezionano e si definiscono i temi comuni e rilevanti della società e dei sottosistemi che si succedono".

In ragione di questa progressiva spettacolarizzazione della realtà circostante, nella percezione di un utente sempre più spettatore, drammaturgia e *messa in scena* hanno preso il sopravvento sulla *vita*, eventi reali si sono trasformati in rappresentazione, ed i soggetti coinvolti da *persone* in *personaggi* i cui pensieri e le cui affermazioni non sono espressione della loro personalità ma copioni scritti per loro da autori professionisti: mentre i registi entrano in campo davanti alla telecamera nelle immagini da loro girate, diventando essi stessi attori e protagonisti dei propri servizi/racconti.

Certamente il cinema, in quanto espressione artistica, è sempre stato *finzione*, quand'anche si occupava di vicende realmente vissute spesso anticipando la realtà. La interpretava poeticamente, come può accadere all'arte, ed in tal caso, e in quanto *interpretazione*, suonava come una corretta *pre-verità*, poiché il destinatario ne era cosciente e consapevole. Grazie alla finzione filmica si acquisiva senso critico, e la verosimiglianza cinematografica era garanzia di buona fede. A sua volta, quando l'informazione era una modalità distinta volta alla ricerca della verità, ogni deroga a questo principio non costituiva una equivoca *post-verità*, ma semplicemente ed inequivocabilmente una *falsità*. La messa a disposizione di ognuno, grazie alle tecnologie digitali ed ai new media, di

15 R.G. SCHWARTZENBERG, *Lo Stato spettacolo*, Editori Riuniti, 1980.

16 R. BARTHES, *Lezione*, Einaudi, 1981.

17 J. HABERMAS, *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, 1977.

18 N. LUHMANN, *Stato di diritto e sistema sociale*, Guida, 1978. In Italia di questi temi più di ogni altro se ne è occupata in chiave politica la progettualità culturale socialista degli Anni Ottanta, predisponendo una serie di proposte legislative che se attuate avrebbero permesso di governare meglio la materia ed evitare le degenerazioni presenti. Cfr. V. GIACCI, S. ROLANDO, *Nello Stato spettacolo*, Guanda, 1983.

tutti gli strumenti informativi e di tutti i dispositivi narrativi, ha fatto il resto: generando (per usare un termine da genere cinematografico) un vero e proprio *Far web*, così che la protezione dall'ignoranza e l'organizzazione della conoscenza, principi che da simili strumenti avrebbero dovuto trarre grande vantaggio, ne risentono a tal punto da ipotizzare – e già far intravedere – preoccupanti fenomeni di destabilizzazione e di disgregazione sociale.

La messa a disposizione di ognuno di tutti gli strumenti informativi e di tutti i dispositivi narrativi ha generato (per usare un termine da genere cinematografico) un vero e proprio *Far web*

La distinzione è chiara ma la confusione è diffusa: in specie nella società attuale, che è con ogni evidenza una *società emotiva* ormai vittima di esondanti strategie da media “caldi”. È dunque urgente predisporre strumenti giuridici adeguati in un ampio progetto riformatore capace di contrastare l'emergenza venutasi a creare con il diffondersi di comportamenti configurabili come fattispecie di reato: *cyberg crimes* che restano impuniti poiché rispetto ad essi i *provider* trans-nazionali e le grandi piattaforme multinazionali si comportano come un soggetto *legibus solutus* insofferente a direttive *e-commerce* ed a strutture di vigilanza, senza riconoscere né il principio di auto-responsabilità né le medesime garanzie di legge che si hanno nel mondo reale, soprattutto in relazione alla fiscalità, ai diritti sul lavoro ed alla privacy.

19 A. B. FOSSATI, *La diffamazione tra media nuovi e tradizionali*, a cura di A. Munari, MCP Munari Cavani Publishing, 2017.

20 “Attraverso un calibrato equilibrio di cultura giuridica e di casi pratici - prosegue Munari - l'opera approfondisce il delicato tema della libertà di manifestazione del pensiero in tutte le sue declinazioni, curandosi di analizzarne l'evoluzione e i cambiamenti fisiologici alle continue trasformazioni sociali, etiche e tecnologiche dei media, della comunicazione e dell'informazione in generale”.

21 Ugualmente utile e tempestiva giunge in libreria anche l'opera di Carlo Bianchini (*Come distinguere il falso in rete*, Editrice bibliografica, 2017), sorta di valido manuale per districarsi nelle maglie di una rete che rischia di avviluppare l'individuo e la collettività - un flusso informativo indistinto, ambiguo, infedele. Altrettanto importante l'iniziativa del festival internazionale di cinema e televisione Eurovisioni. Nella sua trentesima edizione Eurovisioni ha infatti organizzato a Roma nell'ottobre 2017 un convegno dal titolo “L'informazione nelle democrazie digitali: fra servizio pubblico e fake news” al quale hanno partecipato numerosi rappresentanti di televisioni pubbliche e private europee per porre l'accento sulle minacce che questo fenomeno può produrre nelle democrazie caratterizzate dalla digitalizzazione dei mezzi di informazione.

Per cercare di porre rimedio alle palesi carenze della normativa esistente (anche se già in parte si è operato nei riguardi di taluni reati tipici della società della comunicazione come lo stalking, il cyber-bullismo, la pedopornografia) e riflettere sulla improrogabile necessità del suo aggiornamento giunge il bel libro di Alessandra B. Fossati in collaborazione con Massimo Di Muro. Si tratta di uno dei primi studi organici sul problema, esemplare per chiarezza e documentazione e centrato sulla considerazione che, pur in assenza di un apparato giuridico specifico, norme adeguate già esistono a tutela sia della libertà di informazione e di espressione sia dei diritti della persona: e pertanto basterebbe applicarle con più decisione individuando appropriatamente i soggetti coinvolti, le loro responsabilità, i danni patrimoniali e morali arrecati dall'utilizzo improprio o doloso di voci infondate e non verificate, e le connesse procedure risarcitorie e riabilitative operate dal giudice competente in tempi accettabili per non dar corso ad un altro post, il *post-giustizia*, che altro non sarebbe se non un sinonimo di ingiustizia.

Come è scritto nella prefazione di Alessandro Munari, “la ricchezza e l'attualità dei materiali arricchiscono, in particolare, la parte dell'elaborato dedicata ai nuovi media con riferimento ai quali ancora manca un intervento legislativo ad hoc e più incerti sono i confini del diritto all'informazione”. La lettura attenta di quest'opera, scritta in modo pregevolmente comprensibile nonostante la tecnicità oggettiva dell'argomento, permette il formarsi sia di una educazione alla legalità di chi l'informazione la riceve sia di una coscienza etica e deontologica di chi invece l'informazione la svolge per mestiere e professione, nello spirito di un'“etica dei media” tutta da rifondare.

Decisivo è soffermarsi infine su un equivoco che riguarda la rete ed i canali dei nuovi media: l'illusione della gratuità dell'informazione. Questa infatti appare ma non è assolutamente gratuita, bensì rappresenta un costo enorme che viene pagato non soltanto dall'accesso ai dati, anche sensibili, dei singoli e dalla loro gestione in termini di introiti pubblicitari, ma dall'intera comunità sotto il profilo dei diritti materiali e morali. In una parola, è in gioco il futuro stesso delle democrazie, ancor più se la si vuole diretta, diffusa, partecipata: ed è giusto, per non dire doveroso, che ogni energia sia spesa affinché la rete possa essere un motore di sviluppo, di progresso e di evoluzione della società nel suo insieme ed in ogni suo aspetto, e che da un sistema opaco di “fake news” si possa passare finalmente ad un sistema trasparente di “true news”.