



Persuasori Social: trasparenza e democrazia nelle campagne elettorali digitali

Prima presentazione dei risultati di un laboratorio partecipato con partiti politici, agenzie di comunicazione, autorità indipendenti, piattaforme digitali, sindacati, ordini professionali, giornalisti ed esperti. Per i presenti sarà disponibile una copia del rapporto finale.

Roma 30 maggio

Via della Dogana Vecchia 5

Ore 16

Presentazione del progetto e del rapporto conclusivo:

Fabio Chiusi (Coordinatore del progetto Punto Zero)

Giulio De Petra (Centro per la Riforma dello Stato)

Antonio Santangelo (Centro Nexa for Internet e Society del Politecnico di Torino)

Hanno partecipato al laboratorio e sono invitati alla presentazione

<i>Vittorio Alvino</i>	<i>(Openpolis)</i>
<i>Dino Amenduni</i>	<i>(Proforma)</i>
<i>Anna Ascani</i>	<i>(Partito Democratico)</i>
<i>Laura Bononcini</i>	<i>(Facebook Italia)</i>
<i>Carmelo Caravella</i>	<i>(Consulta dell'innovazione - CGIL)</i>
<i>Eugenio Cau</i>	<i>(Il Foglio)</i>
<i>Diego Ciulli</i>	<i>(Google Italia)</i>
<i>Piero De Chiara</i>	<i>(Agcom)</i>
<i>Mirella Liuzzi</i>	<i>(Movimento Cinque Stelle)</i>
<i>Cinzia Maiolini</i>	<i>(SLC CGIL)</i>
<i>Michele Mezza</i>	<i>(Ordine dei giornalisti)</i>
<i>Vanna Palumbo</i>	<i>(Giornalista)</i>
<i>Massimiliano Pennone</i>	<i>(Reti)</i>
<i>Claudio Riccio</i>	<i>(Sinistra Italiana)</i>
<i>Mario Tedeschini Lalli</i>	<i>(GEDI)</i>

Internet e i social media stanno rapidamente mutando il volto delle campagne elettorali. La diffusione di messaggi politici a pagamento personalizzati, e dunque diversi, per ciascun utente, senza che tutti gli altri ne siano a conoscenza (“dark ads”). Profili automatizzati (“bot”) che diffondono contenuti politici, alterando l’agenda mediatica e ingannando gli elettori circa il reale consenso creatosi intorno a un’idea o proposta politica. Disinformazione costruita ad arte per sfruttare la disintermediazione consentita dalle reti sociali (“fake news”). Interferenza occulta di soggetti stranieri nel pro-

cesso democratico, tramite hacking o manipolazione dell'informazione. Fenomeni oggetto di studio dalla comunità accademica in tutto il mondo, che la politica e le istituzioni — in assenza di regole stabilite, come per gli altri mezzi di comunicazione — non sanno come affrontare.

Non solo. Anche strumenti tipici del periodo elettorale nel contesto italiano — la “par condicio”, il divieto di sondaggi nelle ultime due settimane precedenti il voto e il silenzio elettorale nelle ultime 48 ore della competizione — cambiano profondamente nel contesto dei social media, sollevando domande circa la loro applicabilità e utilità in quei nuovi spazi digitali di formazione del consenso.

Il laboratorio partecipato del progetto Punto Zero — a cui hanno preso parte istituzioni, piattaforme digitali, partiti politici, agenzie di comunicazione, sindacati, associazioni di categoria ed esperti — ha affrontato le molteplici domande sollevate dall'uso politico-elettorale di tutti questi strumenti. Chiedendosi, per esempio, se e come regolamentare l'uso di pubblicità politica sui social media, con quali criteri minimi di trasparenza e con che responsabilità in capo a quali soggetti. Se fenomeni mediaticamente molto discussi, ma scientificamente altrettanto discutibili, come le “fake news” e l'ingerenza straniera nel processo democratico necessitano o meno di un intervento specifico del legislatore. Se gli utenti abbiano il diritto o meno di sapere se un profilo con cui interagiscono su una piattaforma digitale sia appartenente a un umano o sia, invece, una macchina. Se la “par condicio”, il divieto di sondaggi e il silenzio elettorale, così come li conosciamo, abbiano ancora senso.

Il progetto Punto Zero ha operato secondo un metodo innovativo, che ha coniugato rigore scientifico e partecipazione dei portatori di interesse. All'inizio di gennaio ogni partecipante ha ricevuto un rapporto esaustivo, stilato dal team del progetto, sullo stato dell'arte in materia di campagne digitali, così da favorire un dibattito che parta da una base di conoscenze comuni. Nei mesi di febbraio, marzo e aprile sono state discusse, individualmente e in appositi incontri plenari, le istanze e i punti di vista di ognuno, aiutando un confronto consapevole e, se possibile, produttivo di soluzioni. Nel mese di maggio sono state infine prodotte, come risultato, una serie di raccomandazioni concertate e realistiche, destinate principalmente ai decisori politici ed istituzionali, ma anche alla comunità dei ricercatori e degli studiosi che lavorano su questi temi.

Il rapporto, i risultati del laboratorio partecipato e le raccomandazioni che ne derivano a partire da oggi saranno presentate pubblicamente ai decisori politici ed istituzionali con la speranza che possano essere di aiuto nel loro difficile lavoro.



Nexa Center
for Internet & Society



P&R
P&R foundation