

Dipartimento di Impresa e Management

Cattedra Diritto di Internet: social media e discriminazione

Fake news e disinformazione sull'alimentazione e come queste possano essere incentivo per i disturbi del comportamento alimentare

Prof. Pietro Falletta

RELATORE

Beatrice Nanfitò (matr.239351)

CANDIDATA

*A chi ha paura e riesce comunque a danzare grazie alla
perseveranza, al coraggio e all'amore, perché, d'altronde,
si sa che è "l'amor che move il sole e l'altre stelle"*

INDICE

Introduzione

Capitolo 1: Fenomeno della disinformazione e delle fake news

- 1.1 Cosa sono le fake news
- 1.2 Generazione e diffusione delle fake news
- 1.3 Come riconoscere una “bufala” e fare debunking
- 1.4 Infodemia: fake news e Covid
- 1.5 Risposta del Diritto al fenomeno delle fake news

Capitolo 2: Incidenza delle fake news sui disturbi del comportamento alimentare

- 2.1 Cosa sono i disturbi del comportamento alimentare
- 2.2 A quali contenuti online sono più sensibili persone che tendono a un dca
- 2.3 Ruolo delle fake news nel panorama sull'alimentazione
- 2.4 Percezione del cibo e strategie di marketing

Capitolo 3: Il parere di un'esperta: intervista alla Dottoressa Sara Farnetti

- 3.1 La scelta di rivolgersi ad un'esperta del settore
- 3.2 L'intervista alla Dottoressa Sara Farnetti

3.2.1 Qual è la sua opinione sulla diffusione di informazioni riguardo l'alimentazione su internet? E come distinguere quelle false da quelle attendibili?

3.2.2 Quali sono secondo lei le fake news sull'alimentazione più diffuse e a quali conseguenze rischiano di portare? Quanto la disinformazione abbinata alle notizie false riguardo all'alimentazione diffuse sul web possono influenzare le abitudini alimentari delle persone?

3.2.3 Ritiene che l'incapacità di saper filtrare ciò che si legge sul web riguardo l'alimentazione, soprattutto da parte di soggetti giovani e fragili emotivamente, possa portare a conseguenze estreme come i disturbi del

comportamento alimentare? E quanto, quindi, in base alla su esperienza, i disturbi del comportamento alimentare dipendono o sono aggravati da feke news trovate sul web?

3.2.4 Nella sua esperienza professionale con quale frequenza riscontra nei pazienti la tendenza ad essersi affidati a notizie sul web o al “sentito dire” prima di rivolgersi ad un esperto? E quanto questo comportamento ha peggiorato la loro situazione clinica?

3.2.5 Da nutrizionista esperta, quali sono gli atteggiamenti tipici e più diffusi in soggetti affetti da disturbi del comportamento alimentare?

3.2.6 Come i pazienti manifestano la resistenza alla terapia e cosa li spinge, a un certo punto, a superarla? Quali sono le principali paure che riportano nell'affidarsi a un esperto, dal momento che questo comporta l'abbandonare tutte le convinzioni che avevano fatte proprie nel tempo?

Conclusione

Bibliografia e Sitografia

Introduzione

Il seguente elaborato nasce con lo scopo di analizzare il fenomeno della disinformazione abbinato a quello delle *fake news* da una prospettiva quanto più possibile ampia e completa, così da poter avere un'idea chiara di una delle realtà più attuali e preoccupanti del nostro tempo.

Le pagine che seguiranno, tuttavia, non si limiteranno solo a spiegare i fenomeni sopra citati, ma forniranno il contesto ideale per poter, poi, mostrare quanto possa diventare pericolosa la disinformazione se collegata alla sfera dell'alimentazione. Si è infatti cercato di palesare come questa correlazione possa essere talvolta incentivo per i disturbi del comportamento alimentare che, con l'avvento di *internet* e dei *social* e della conseguente incapacità da parte della maggior parte degli utenti di saper filtrare le notizie, sono notevolmente aumentati.

Nel primo capitolo dell'elaborato l'attenzione è rivolta verso il significato del termine *fake news* e di cosa voglia effettivamente dire "disinformazione" nel 2020. Subito dopo viene fornita una spiegazione relativa alla rapida e incessante diffusione delle notizie false nell'era del digitale così da poter, infine, illustrare delle tecniche efficaci per poter fare "debunking" e poter iniziare un percorso verso l'educazione digitale.

Nella sezione conclusiva del primo capitolo la ricerca si soffermerà su quali siano i profili offensivi di beni e interessi di natura individuale o collettiva cagionati dalla disinformazione, realizzata attraverso la diffusione massiva di notizie false, tendenziose o esagerate per mezzo di *Internet*. Un breve *exkursus* nelle più recenti legislazioni in materia di *fake news*, dalle risoluzioni del Consiglio d'Europa alla legislazione francese e tedesca, nonché un esame del quadro legislativo interno italiano tra disciplina costituzionale e fonti convenzionali, concluderà la disamina normativa.

Nel secondo capitolo lo sguardo è rivolto verso il nesso di causalità tra *fake news*, disinformazione e disturbi del comportamento alimentare: si analizzeranno nel dettaglio i disordini alimentari da una prospettiva, non solo nozionistica, ma anche psicologica, e solo successivamente si darà inizio al percorso che dimostrerà come le *fake news* sull'alimentazione, nelle mani di soggetti fragili e predisposti, possano essere forte incentivo per lo sviluppo di un disturbo del comportamento alimentare.

Nel terzo ed ultimo capitolo viene riportata un'illuminante intervista alla Dottoressa Sara Farnetti (medico specialista in Medicina Interna con PhD in Fisiopatologia della Nutrizione e del Metabolismo

presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Roma) relativa a tutti i temi incontrati nelle pagine precedenti così da poter concludere l'elaborato con la testimonianza di un'esperto del settore.

CAPITOLO 1

Fenomeno della disinformazione e delle fake news

1.1 Cosa sono le fake news

Basta poco per scoprire che le *fake news* sono sempre esistite, che le storie ben raccontate sono sempre piaciute a tutti e infatti tre personaggi storici come Napoleone, Maria Antonietta e Einstein sono stati tutti e tre oggetto di clamorose *fake news* che ancora oggi circolano. Per cui Napoleone non era per niente basso, anzi era piuttosto alto per la sua epoca. Maria Antonietta non ha mai detto al popolo affamato “mangiate delle brioches” e Albert Einstein non andava male a scuola, tanto meno in matematica. Come possiamo già capire da questi banali esempi, le *fake news* sono notizie chiaramente prive di fondamento: una volta si chiamavano “luoghi comuni” e adesso si chiamano *fake news* che comunque sono luoghi comuni e falsi miti che tutti crediamo siano veri e che solitamente hanno a che vedere con la politica, con l'informazione e anche molto con il denaro.

A tal riguardo è interessante immaginare che se scorressimo un ideale manuale di quella che Luciano Canfora ha definito *la storia falsa*¹, sarebbe immediatamente percepibile quanto siano numerosi gli eventi storici che si sono realizzati proprio sulla base di un'alterazione della realtà, finalizzata ad ingannare singoli individui o intere comunità.

Lo storico francese Marc Bloch² ha sostenuto che la formazione e l'utilizzo di documenti falsi è antica quanto l'uomo: “*le false notizie hanno sollevato le folle. Le false notizie, in tutta la molteplicità delle loro forme – semplici dicerie, imposture, leggende – hanno riempito la vita dell'umanità*”. Si pensi alla false lettera di Pausania a Serse, che decretò la morte del generale spartano e il cui testo è a noi noto per essere stato riportato da Tucidide nel Libro delle Storie³. E ancora la vicenda della falsa notizia riguardo la morte di Napoleone, diffusa all'alba del 21 febbraio 1814, evidentemente finalizzata a realizzare uno dei primi casi documentati di *market abuse*, attraverso la vendita di titoli governativi, negoziati presso l'appena costituito *Stock Exchange* di Londra⁴. O anche il c.d. caso dei *Protocolli dei savi di Sion*, emblema dell'esistenza del binomio tra politica e utilizzo della menzogna

¹ L. CANFORA, *La storia falsa*, Milano, 2008

² M. Bloch, *La guerra e le false notizie*, Roma 2014

³ TUCIDIDE, *La guerra del Peloponneso*, I, Milano 2018

⁴ R.DALE *Napoleon is Dead: Lord Cochrane and the Great Stock Exchange Scandal*, 2007

impiegata per alimentare un pregiudizio. Si tratta di scritti stilati da agenti della polizia segreta della Russia zarista, a Parigi, all'epoca dell'*Affaire Dreyfuss* e poi da sempre utilizzati per alimentare il fanatismo antisemita⁵.

In questa ottica è possibile, dunque, individuare sia ciò che rende *diverse* le *fake news* da tutti i precedenti storici e cioè la circostanza che fino all'invenzione di *Internet*, il fenomeno non aveva mai assunto dimensioni "endemiche" e sia *la costante* che, invece, lega l'esperienza storica a quella contemporanea, vale a dire che sebbene le condotte di diffusione di notizie false o *fake news* siano ispirate a una logica di profitto e possano ledere diritti soggettivi, l'essenza del fenomeno sta nella sua capacità di esporre a pericolo o ledere beni o interessi tanto individuali quanto soprattutto di natura diffusa o collettiva⁶. A tal proposito una recente sentenza del *Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federacion* messicano si è pronunciato al riguardo affermando che l'elemento che accomuna le diverse tipologie di *fake news* consiste nell'obiettivo di influire sulle opinioni connesse a questioni di interesse pubblico⁷.

L'Oxford Dictionary⁸ definisce le *fake news* come "*false information that is broadcast or published as news for fraudulent or politically motivated purposes*", ovvero "false informazioni che vengono trasmesse o pubblicate come notizie per scopi fraudolenti o politicamente motivati". Questa spiegazione dell'Oxford Dictionary fa sicuramente luce su quelli che sono gli elementi che, in generale, caratterizzano lo scenario delle *fake news*. Se, però, si osserva con maggiore attenzione, e ci si inoltra nei dettagli, si rileva come tale definizione illustri degli aspetti assai più complessi e metta in mostra come le *fake* non siano tutte uguali tra loro nonostante, spesso, siano caratterizzate da una comunione di intenti. Le *fake news* sono strettamente connesse con il concetto di disinformazione: si tratta, infatti, di due termini che coesistono e si completano vicendevolmente, ed è per questo che, per potersi meglio addentrare nello spettro delle *fake news*, è necessario definire e, di conseguenza, capire cosa si intende con il termine "disinformazione".

Il termine *disinformazione* fa riferimento alla diffusione intenzionale di una informazione falsa, poco accurata e scorretta. L'azione è spinta dalla volontà di generare un contenuto falso e distorto con lo scopo di influenzare le azioni e le scelte di qualcuno.

⁵ C. DE MICHELIS, *Il manoscritto inesistente. I Protocolli dei savi di Sion*, II, ed Padova, 2004

⁶ Tommaso GUERINI "Fake news e diritto penale. La manipolazione digitale del consenso nelle democrazie liberali" G. Giappichelli Editore -Torino, 2020

⁷ TEPJF, SP-REP- 143/2018

⁸ <http://www.oxforddictionaries.com>

Secondo un modello elaborato negli stati Uniti da Claire Wardle, una delle più autorevoli studiosi di *contenuti generali dagli utenti* (UGC –*user generated content*) si possono distinguere sette categorie di disinformazione classificate in base al danno che possono arrecare a chi ne è vittima:

- Partendo dalla categoria con danno alto troviamo il ***contenuto fabbricato***, ossia un contenuto che è totalmente falso e viene creato con l'obiettivo di ingannare e causare un danno.
- A seguire, meno dannoso rispetto al precedente c'è il ***contenuto manipolato***, ossia quando un'immagine o un contenuto vengono manipolate per ingannare chi ne fa uso.
- Al terzo posto, il ***contenuto diffuso***, ossia quando chi diffonde l'informazione impersona una fonte affidabile e quindi trae in inganno chi entra in contatto con la notizia. Alcuni siti, immagini o video vengono modificati e resi simili se non uguali a quelli autentici, così da confondere l'utente.
- A seguire c'è il ***falso contesto***, ossia quando un'informazione vera viene condivisa con informazioni di contesto false. Quindi il contenuto della notizia è vero ma è inserita in un contesto del tutto inventato che comporta che spesso anche la notizia reale può passare come falsa.
- Successivamente troviamo il ***contenuto ingannevole***, che usa in modo fuorviante un'informazione con l'obiettivo di causare un danno ad una o più persone oppure ad una causa. Può essere un virgolettato falso, un'affermazione vera, ma decontestualizzata o l'uso di statistiche in maniera parziale.
- Al penultimo posto, con un danno più basso rispetto ai precedenti, c'è la ***falsa connessione*** che si ha quando titoli o immagini di anteprima e citazioni non corrispondono al contenuto. Il fenomeno del *clickbaiting* è sempre molto in tendenza tra i giornalisti e quindi il titolo è spesso molto più forte, eccessivo, rispetto al contenuto dell'articolo, che, poi magari all'interno del testo è corretto, anche se il titolo non lo è. E ciò non avviene solo nei quotidiani ma, per esempio, pure in televisione: infatti nei primi minuti di un servizio televisivo si cerca di condensare l'elemento più forte del pezzo e si danno delle informazioni, a volte anche forzate, con l'intento di carpire l'attenzione di chi guarda. Conseguentemente questa risulta essere comunque un'operazione di disinformazione sebbene poi, nel prosieguo del pezzo, invece si descriva meglio la situazione.
- Per finire, e quindi con una percentuale di danno molto bassa, c'è la ***satira o parodia***. Potrebbe non esserci l'intenzione di causare un danno, ma, anche se in maniera inconscia, la potenzialità di ingannare c'è. La satira può diventare uno strumento di disinformazione poiché, a qualsiasi contestazione, il creatore può obiettare sostenendo che, appunto, si tratta di un contenuto parodistico. Spesso invece può succedere che chi crea il contenuto non riesca

a trasmettere la consapevolezza satirica. Un esempio molto comune sono le così dette *testate fake* dove appunto circolano notizie false: si tratta, infatti, di testate che in qualche modo possono essere considerate satiriche, o meglio, si tratta di testate che si celano dietro la satira, per poi, di fatto, essere, in alcuni casi, grandi diffusori di *fake news*. Alcuni esempi che si possono citare sono sicuramente il *Fattone Quotidiano* o il *Matto Quotidiano* che sono testate di cui si può capire abbastanza facilmente l'intenzione satirica, ma poi ne esistono altri come il *Fatto Quotidiano* o *Libero Giornale* che sono veramente molto vicini, a livello di nome, ai nomi delle reali testate il *Fatto Quotidiano* e *Libero Quotidiano* ed è quindi chiaro che si tratta di testate che, come si diceva, si celano dietro una satira estremamente sottile per diffondere grandi *fake*.

THE DECEPTIVE SEVEN: SEVEN COMMON TYPES OF DISINFORMATION

The infographic illustrates seven common types of disinformation, arranged on a scale from Low manipulation to High manipulation:

- Satire or parody**: Content that isn't intended to cause harm, but has potential to fool.
- Misleading content**: Information that frames an issue or a person in a misleading way.
- Imposter content**: Content that impersonates or falsely claims to be from a genuine source.
- Fabricated content**: New content that is 100% false, made to deceive and do harm.
- False connection**: Headlines, images or captions that oversell the content (e.g., clickbait).
- False context**: Genuine content that is shared out of its original context.
- Manipulated content**: Genuine information or imagery that is manipulated or edited to deceive.

Low manipulation | High manipulation

FIRST DRAFT | @FIRSTDRAFTNEWS | CREATED IN 2021 | LEARN MORE AT FIRSTDRAFTNEWS.ORG/TRAINING

<https://twitter.com/firstdraftnews/status/1450144896187240462>

Per mostrare quanto quello delle *fake news* sia un tema che non è affatto residuale nel dibattito pubblico è bene riportare una frase, che, relativamente al tema delle *fake news*, è stata pronunciata alcuni anni fa, dalla Commissaria Europea al digitale Mariya Gabriel, la quale ha affermato “perché non sono illegali e non sono nuove, le false informazioni si diffondono ad un ritmo inquietante minacciano la reputazione dei media, il benessere delle nostre democrazie e i nostri valori

democratici”⁹. Da questo inciso possiamo facilmente capire che le *fake news* e la disinformazione sono addirittura un tema così importante da essere considerato una minaccia per la democrazia e questo perché hanno a che fare anche con la nostra mente e con la nostra psiche: infatti, le fake corrono e diventano virali sul *web*, ma il processo non si ferma qui e questo proprio perché sul *web* non ci sono filtri.

Riguardo, appunto, la velocità di propagazione e dell'estrema viralità delle *fake news* è stata pubblicata una ricerca dell'MIT ¹⁰, che aveva preso ad esame in particolare Twitter, ma facilmente estensibile anche agli altri social media e che mostrava come su *Twitter* le *fake news* si diffondano sei volte più rapidamente rispetto alle notizie vere e abbiano il 70% di probabilità in più di essere *retwittate*. Ed è, appunto, per questo motivo che le false informazioni corrono così velocemente sui social media e di conseguenza è anche a causa di questa potente viralità che le fake news possono rappresentare addirittura un'emergenza, un pericolo per la democrazia.

La domanda che sorge da sé a questo punto del ragionamento è “perché ci crediamo?”. Esiste un fenomeno che è un vero e proprio fenomeno cognitivo che quindi riguarda la nostra mente, che è stato e viene tutt'ora studiato dagli psicologi e dagli analisti che si chiama “**Confirmation Bias**”¹¹ che letteralmente si potrebbe tradurre come “pregiudizio di conferma”¹². Si tratta di un fenomeno cognitivo umano per il quale ognuno di noi tende a muoversi in un ambito conosciuto, nell'ambito delle proprie conoscenze acquisite, delle proprie convinzioni e vivendo in questo tipo di conteso si affida ad *Internet* per informarsi. Alla luce di ciò capiamo che la *fake* corre veloce e ci crediamo perché *Internet*, funzionando per algoritmi, spinge sul nostro fenomeno cognitivo di *Confirmation Bias*¹³. Per questo motivo, quindi *Internet* “ci dà quello che noi vogliamo”, ovvero ci mette in contatto con le persone che già la pensano come noi, ci offre contenuti che sono già dei contenuti che, molto probabilmente, ci piaceranno perché sono quelli che noi frequentiamo e che vediamo più spesso. Dunque, se uniamo la velocità di propagazione delle *fake* con il fatto che le persone tendono molto

⁹ Mariya Gabriel, Commissioner responsible for Digital Economy and Society, High Level Expert Group on Fake news and online disinformation - January 2018

¹⁰ S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral. (2018). The spread of true and false news online. *Science*. Vol 359, Iss 6380. Mar 09 2018

¹¹ Wason, P. C. (1960). *On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task*. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*;

¹² Cicap, *Il pregiudizio di conferma*

¹³ Nickerson, R. S. (1998). *Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises*. *Review of General Psychology*

spesso ad informarsi sul *web*, dove non c'è intermediazione, e uniamo tutto questo all'azione degli algoritmi, che fa leva sul nostro fenomeno cognitivo di star bene nella *comfort zone* delle nostre convinzioni acquisite, si ottiene che le *fake news* diventano quel pericolo per la democrazia a cui accennavamo precedentemente. Ed è per questo motivo che le *fake* sono diventate oggetto di attenzione di tutti i più grandi organismi internazionali, partendo dalla Commissione Europea fino ad arrivare all'Organizzazione Mondiale della Sanità, la quale mai, come negli ultimi tre anni, a causa della pandemia, è stata coinvolta nel circolo vizioso delle *fake news*. L'OMS, infatti, più volte è dovuta intervenire al fine di fare chiarezza e mettere in evidenza la verità relativamente al Covid, proprio perché le *fake* che riguardano la salute e a tutto ciò che è ad essa collegato sono tra le più pericolose.

1.2 Generazione e diffusione delle fake news

Il processo macchinoso e pericoloso delle *fake news* non si ferma alla semplice disinformazione poiché, in questo contesto, c'è un risvolto economico importante e ci sono persone che guadagnano dalla divulgazione di notizie false.

Il fine di chi propaga le *fake news* è quello di diffonderle tra gli utenti e, come si è detto, le menzogne sul *web* sono sicuramente quelle più virali. Le piattaforme *online* consentono di mettere in contatto gli utenti in modo semplice e veloce e tra le informazioni che circolano sul *web*, di certo, una grande percentuale sono *bufale* perché sono quelle che trovano, con maggiore facilità, il modo di propagarsi. Questa velocità di propagazione delle *fake* si verifica per tre ragioni:

- il primo motivo è che Internet mette in collegamento le persone a livello internazionale; quindi, la presenza di lingue diverse e di contenuti diversi possono creare confusione. Nel 2017 uno studio ha messo in luce la rilevanza in materia di fattori come la scarsa capacità di attenzione di un individuo e la sovraesposizione informativa (*information overload*), ritenendoli causa determinante della viralità di un'informazione;
- la seconda ragione è che l'informazione, quando ha raggiunto un numero elevato di individui, dà inizio ad una serie di condivisioni a cascata, che accresce in maniera esponenziale il numero di persone che possono essere raggiunte;
- l'ultima ragione è che l'ininterrotta esposizione a determinate informazioni può rafforzare tra gli individui alcuni pregiudizi. Per questa motivazione, si può venire a creare il già citato processo di

“*confirmation bias*”,¹⁴ ossia un processo cognitivo che indica come le persone esposte ad informazioni attraverso la Rete, mirino a scegliere alcune argomentazioni piuttosto che altre per consolidare la propria opinione¹⁵. Questo avviene più frequentemente sui *social network*, vista anche la creazione di comunità di utenti che sono connessi fra loro per la condivisione di idee e pensieri su determinati argomenti e segue il principio dell’*omofilia*, cioè il fenomeno che descrive l’aumento di connessione tra persone che hanno interessi e caratteristiche simili.

Al giorno d’oggi esistono tantissimi modi per produrre una vera e propria *fake*: si può creare una finta pagina di un giornale, un fermo immagine, basta anche semplicemente una foto per diffondere una *fake*, o addirittura si può anche arrivare, molto facilmente, a creare un sito acquistando un dominio (addirittura i rivenditori di spazi *web* permettono anche di nascondere l’intestatario del dominio). Di fronte a ciò il vero obiettivo diventa scegliere l’argomento giusto della *fake* che si vuole andare a diffondere. Questo dovrà possedere alcune essenziali caratteristiche in quanto dovrà essere un argomento che, in qualche modo, sia per il suo titolo sia per il tema che sviluppa, o anche semplicemente, se si tratta di una foto, per le sensazioni che provoca negli spettatori, deve riuscire a suscitare 3 o 4 tipi di emozioni ben precise¹⁶. Queste emozioni sono: l’indignazione, la solidarietà, la rabbia o la meraviglia, cioè delle emozioni molto forti che fanno leva “sulla pancia” delle persone. Solo se la *fake* riesce a far leva su una o più di queste emozioni, allora può dirsi costruita nel modo giusto. Infatti questo è anche il motivo per il quale, frequentemente, le *fake* hanno un alone, nemmeno tanto celato di complottismo, per cui saranno caratterizzate da titoli ad effetto del tipo “*tutto quello che non vi dicono su...*” “*tutto quello che non sapete su...*” “*Ecco tutta la verità su...*”. Questi sono i più semplici, ma ne esistono di tantissimi altri tipi che possiamo raggruppare in tre grandi categorie: A) c’è la notizia che è palesemente falsa, B) c’è la notizia che è palesemente ironica e in qualche modo ha a che vedere con la satira, anche se a volte si gioca con la satira per diffondere quello che satira non è, e infine C) c’è quella che ha a che vedere molto con l’informazione, con ciò che succede in un determinato momento storico (evidente soprattutto negli ultimi due anni). Si tratta della *mezza verità*, la così detta “*acqua torbida*”, quella in cui ci si perde e nella quale si possono perdere anche persone

¹⁴Wason, P. C. (1960). *On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task*. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*;

¹⁵Cicap, *Il pregiudizio di conferma*

¹⁶ Nickerson, R. S. (1998). *Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises*. *Review of General Psychology*

che hanno un alto livello di istruzione o persone che non sono avvezze a credere a tutto quello che leggono. Questa categoria è chiaramente la più pericolosa tra le *fake*.

In ogni caso, tutte le *fake* che sono state classificate fin ora, tutte le *fake news* che si trovano ovunque, dai quotidiani a una qualsiasi pagina su *Internet* o i *social*¹⁷, (questi ultimi, poi, a differenza di ciò che si crede non sono gli unici responsabili e colpevoli delle *fake news*, però sono un treno su cui viaggiano veloci e quindi sono il miglior mezzo di propagazione), hanno queste **due finalità** che sono o **finalità economiche**, perché come si è visto prima è molto facile produrre una fake anche solo con una foto anche solo comprando un dominio e creando un sito anche solo diffondendo l'argomento giusto, oppure hanno delle **finalità politiche** e quindi di propaganda politica, di condizionamento dell'opinione pubblica.¹⁸ Quindi tutte le *fake news* hanno sempre o una finalità economica, e dunque qualcuno ci sta guadagnando, oppure una finalità politica, che sono molto spesso anche le più subdole.

C'è chi ha fatto del suo essere *hater*, del suo essere grande diffusore di *fake news* una sorta di professione che gli garantisce addirittura un piccolo reddito. Su *Internet*, a meno che non si richieda l'iscrizione a pagamento o non venga finanziato da terzi, già esiste Google AdSense che remunera in base ai *click*. Google AdSense remunera gli articoli con circa 2 euro ogni 1000 visualizzazioni e, quindi, chi realizza un post che ottiene circa 650.000 visualizzazioni potrebbe arrivare addirittura a guadagnare più di 1.000 €. Da questo si può capire che le finalità economiche, di cui si parlava, non sono astratte, infatti, come già detto, ci sono addirittura delle persone che ne hanno fatto un piccolo *business*.

A proposito di ciò, Alessio Lasta, alcuni anni fa, ha realizzato un servizio mandato in onda a “*Piazzapulita*”¹⁹ in cui ha intervistato, a Taurianova, (paese, in provincia di Reggio Calabria, di 15000 abitanti, con un reddito medio di € 630) Francesco Gangemi, un uomo che, negli anni passati, sfruttando strategicamente il *web*, in particolare *Facebook*, riusciva a guadagnare 600€ al mese, pubblicando, sulla sua pagina, post, contro immigrati, sinistra e buonisti, che riuscivano a raggiungere fino a 170000 condivisioni prima che il social gliela facesse chiudere. Gangemi fa parte della galassia delle maggiori pagine Facebook, di contenuto politico, definite dagli addetti ai lavori «unofficial»,

¹⁷ Ana Lucía Schmidt, Fabiana Zollo, Michela Del Vicario, Alessandro Bessi, Antonio Scala, Guido Caldarelli, H. Eugene Stanley, Walter Quattrociocchi. *Anatomy of news consumption on Facebook*; <https://www.pnas.org/content/114/12/3035>

¹⁸ Università di Padova, Il Bo LIVE <https://ilbolive.unipd.it/it/vero-falso-questione-pregiudizi>

¹⁹ “*Il business degli haters*”, *Piazzapulita*, la7

indipendenti. Quasi tutti i post «unofficial» contengono gli stessi ingredienti di quelli di Gangemi: una foto e una scritta breve, a caratteri di notevole dimensione, che spesso esprime solo derisione o indignazione. Grazie ai post di insulti Gangemi ha raggiunto oltre 25 milioni di contatti e un numero ancora superiore di *like* che, perfino Google è arrivato a pagarlo per i banner pubblicitari.

Il caso di Gangemi consente di capire come chiunque, anche un uomo senza particolari nozioni comunicative, possa essere in grado di far fruttare il *business* delle *fake*. In questo genere di contesto si tratta di fotomontaggi o foto reali, in cui vengono colte determinate espressioni, alle quali si aggiungono alcune informazioni vere, e altre inventate. E' l'ipotesi, ad esempio, di una frase detta realmente da un politico, ma che viene abbinata ad un dato assolutamente inventato che riguarda il partito dello stesso. Poi si va ad aggiungere, a questo, una parola tale che possa suscitare rabbia, indignazione o stupore nell'utente. Gangemi aggiungeva anche qualche parolaccia e in questo modo si attuava l'operazione attraverso cui si realizzano le così dette "mezze verità". Nel caso di Gangemi il livello delle "mezze verità" è medio basso e dunque sarebbero piuttosto semplici da individuare, anche solo ponendo attenzione al linguaggio. Tuttavia le milioni di condivisioni, che i post di Gangemi hanno raggiunto, fanno riflettere sul fatto che non è mai scontato che i lettori capiscano la reale natura di ciò che viene pubblicato sui *social* o più semplicemente di ciò che i lettori vanno a leggere. Inoltre non va assolutamente sottovalutato il peso che questo tipo di *fake news* può avere anche a livello politico; infatti in questo caso gli interessi di una persona che vuole guadagnare da quello che pubblica *online*, vanno poi a coincidere con gli interessi dei partiti, che, invece, vogliono cercare di diffondere una loro propaganda che influenzi l'opinione pubblica. Per cui un post di Gangemi sugli immigrati, ad esempio, qualche anno fa, consentiva a partiti politici come la Lega, che erano favorevoli a una certa politica migratoria, di essere foraggiati anche da questo tipo di propaganda, una propaganda non voluta, ma che, comunque, come diceva Gangemi "portava a acqua al loro mulino".

1.3 Come riconoscere una bufala e fare *debunking*

Che cosa fa il giornalista? Qual è il ruolo del giornalista? Tempo fa a una simile domanda avremmo dato la banalissima risposta "scrive, ma i tempi sono cambiati e, tutt'ora, sono in continua evoluzione e il ruolo del giornalista con essi. Alcuni anni fa, accorgendosi di questo cambiamento, nel programma televisivo *Piazza Pulita*, nacque un'innovativa e attualissima rubrica che si chiamava "*Che Bufala*". Questa rubrica, appunto, si occupava di tutte le tipologie di *fake* che settimanalmente si incontravano sulla strada dell'attualità, dalle più ironiche fino a quelle molto più serie, ma non si fermava qui; infatti, il vero obiettivo della rubrica era cercare di "sbufalare" e quindi fare "*debunking*"

di tutte queste *fake news*. L'azione di “*debunking*”, negli anni, si è resa sempre più necessaria e quando precedentemente si faceva riferimento a come il ruolo del giornalista sia cambiato, proprio il fare “*debunking*” era sicuramente la novità più importante. In realtà, infatti, questa è un'azione che il giornalista dovrebbe fare sempre, sia quando scrive sia quando legge qualsiasi cosa legga e questo è il motivo per cui quello che si trova su *Internet* si dice che sia senza nessuna intermediazione perché, di fatto, il giornalista dovrebbe avere questo tipo di ruolo e non soltanto quando scrive. Il giornalista dovrebbe verificare, incrociare le fonti e quindi fare un *fact-checking* di quello che lui stesso scrive, prima ancora di scriverlo, in modo così da porsi come una sorta di filtro tra ciò che il lettore legge e il lettore stesso, al fine di dare al lettore la giusta interpretazione della realtà. Nella società odierna, caratterizzata dai *social media*, che lavorano attraverso algoritmi che scelgono i contenuti da mostrarci in base a quelli che abbiamo cercato in passato, la facilità con cui siamo esposti alle *fake news* aumenta, poiché incontriamo più volte la stessa notizia falsa, rischiando quindi di considerarla vera ed è in questo contesto che l'azione di *debunking* si è resa sempre più necessaria.

Con l'obiettivo di ancorare al concreto ciò che fino ad ora è stato espresso esclusivamente a livello teorico si illustra di seguito un esempio.

Lunedì mattina.
Frecciarossa 9608, Roma Termini - Milano.
Il signore in foto di cui non mi interessa nascondere la fisionomia si è seduto accanto a me, senza alcun bagaglio.
In mano solo il telefono ed un foglietto volante;
ha preso il Frecciarossa, ma con un biglietto per un Interregionale.
Stava parlando al telefono, ma appena ha visto La capotreno ha abbassato il cappuccio fingendo di dormire.
la Capotreno (minuta, esile e giovane, nonché educatissima) gentilmente ha “svegliato” il signore, e dopo aver appurato che non parlasse italiano, ha spiegato in inglese che era sul treno sbagliato.
Ha chiesto la differenza del costo, ma lui ha detto di non aver soldi (smartphone Samsung S8).
La signora delle Ferrovie gli ha chiesto un documento per poter elevare la contravvenzione, ma ovviamente ne è sprovvisto.
Sempre con gentilezza la signora ha chiesto se avesse un passaporto, e lui ovviamente ha detto di no.
Quindi:
- non parla italiano (dice)
- non ha documenti
- non ha soldi

- non ha modo di fornire generalità
- non ha bagaglio (strano no?)
Prima che dimostrate di non aver letto il post per quello che è, accusando che sia un post razzista, riflettete.
E' l'esempio lampante della totale assenza di certezza della pena che il nostro Paese ha regalato a queste persone che non sono più disponibile a chiamare “rifugiati”.
Arriverà a Milano, viaggiando su un posto che costa 86€, con 4€.
Impunemente.
Senza poter sperare che gli facciano neppure in una multa, perché tanto quando l'avrebbe pagata?
Pamela è stata barbarizzata e vilipesa da gente che senza diritto e senza motivo ha varcato l'uscio di casa nostra, perché la porta era ed è spalancata. Senza regole. Senza alcuna sicurezza.
Questo sta andando a Milano senza alcun bagaglio. Non ha pagato un biglietto e dice di non avere soldi. Non parla la nostra lingua.
Parlano di integrazione. Di comprensione. Di accoglienza.
Ci prendono per il culo e noi li tolleriamo.
E ora mi raccomando scannatevi tra “razzista” e “buonista” eh...
Taccio.



Questa *fake news* è stata diffusa su diversi *social* e in particolare questo era un post di *Facebook*. Si tratta di una *fake* che ha tanti livelli: c'era la foto di questo ragazzo di colore sul treno e questo post, che è stato condiviso migliaia di volte, diceva in un primo livello: “ha preso il Frecciarossa, ma con un biglietto per un interregionale. Arriverà a Milano viaggiando, su un posto che costa 86 € ,con quattro, impunemente”. Quanto scritto è stato talmente condiviso che addirittura Trenitalia ha dovuto smentire questa *fake* e fare un comunicato in cui smentiva il fatto che questo ragazzo avesse preso il treno con un biglietto sbagliato. In realtà questo ragazzo aveva semplicemente sbagliato posto e, quindi, il suo posto era un altro, ma aveva il biglietto assolutamente valido. A questo primo livello della *fake* se ne aggiunge un secondo che recita: “Pamela è stata barbarizzata e vilipesa da gente così, da gente che senza diritto e senza motivo ha varcato l'uscio di casa nostra perché la porta era ed è spalancata”. Questo secondo livello coincide con quello che è un chiaro esempio di *fake news* di propaganda politica: infatti, prendendo a pretesto la prima falsità, ovvero quella del biglietto sbagliato, chi scrive fa riferimento ad un vecchio fatto di cronaca che aveva come protagonista Pamela, ragazza che era stata uccisa a Macerata da un ragazzo di colore. In questa seconda parte del post c'è ovviamente uno sfondo di razzismo e c'è una propaganda sottintesa alla questione immigrazione e sbarchi e quindi si può, facilmente, intuire che con più livelli la *fake news* si inserisce nella propaganda politica. Questo è un classico esempio di una *fake news* che ha girato tantissimo e che a causa della popolarità che ha avuto è stata, come già detto, smentita persino da Trenitalia con un comunicato in cui mostrava il titolo di viaggio cartaceo valido per il treno 9608 con il quale, ovviamente, andava a smentire la prima parte della *fake*, mentre tutto il resto, in quanto propaganda, chiaramente si smentisce da sé. Il problema di questo tipo di *fake* è che nel momento in cui questo tipo di post inizia a girare inevitabilmente si va a diffondere tra persone che già politicamente hanno questo tipo di idea e che, di conseguenza, diventa ancora più forte e ancora più virale ed è proprio per

questo che si può affermare che sulle *fake* viaggia bene questo tipo di propaganda molto di più di un altro tipo di propaganda magari più classica e tradizionale.



Un altro esempio, molto chiaro risale a marzo 2018 periodo in cui si parlava di reddito di cittadinanza ma ancora non era stato approvato definitivamente. Nel corso di quel mese si diffuse una vera e propria *fake news* che prese in prestito, in maniera assolutamente illegale, attraverso un fotomontaggio, il profilo certificato di Poste Italiane (con tanto di spunta blu di autenticità) che recitava: “Sono disponibili da oggi in tutti gli uffici i moduli per la richiesta del reddito di cittadinanza. Quantità limitate. Affrettatevi”. In questo caso, già dal linguaggio, che non è quello tipicamente usato da Poste Italiane, si potrebbe avere il sospetto che si tratta di una *fake*. Inoltre lascia molto in dubbio la circostanza che Poste Italiane diffonda un comunicato o anche un tweet di questo tipo. Nonostante ciò, però, la notizia ha avuto in pochissime ore 1100 *retweet* e oltre 6000 *like* ed è stata talmente condivisa che migliaia di persone ci hanno creduto e hanno affollato gli uffici postali e la situazione era diventata tale per cui Poste Italiane è dovuta intervenire per smentire la notizia dal suo profilo, confermando che non si trattava di un *tweet* reale, ma di un fotomontaggio.

Tra gli esempi di *fake news* è bene citare anche la grandissima saga, il filone dei “parenti di” che ovviamente è un classico delle *fake* che hanno uno sfondo di ironia politica anche se poi ironia non è, ma è spesso propaganda. La vittima prediletta e principale di tutte queste *fake* dei “parenti di” è quasi sempre Laura Boldrini, ex presidente della Camera, sulla quale negli anni sono state costruite numerosissime *fake news* secondo cui dei suoi parenti avrebbero avuto un qualsiasi tipo di vantaggio, come parenti con pensioni anticipate o ancora parenti che proteggono migliaia di extracomunitari e così via. Una delle più note riguarda una sua fantomatica sorella che sarebbe in pensione dal 2013: si tratta di una notizia che fu pubblicata, con allegata una fotografia di una nota attrice, asserendo che la suddetta sorella sarebbe andata già in pensione alla giovanissima età di 35 anni, grazie ad un privilegio ottenuto per merito della sorella. In realtà, non solo questa ragazza non ha nulla a che

vedere con Laura Boldrini, ma si può facilmente notare che tutto questo riguarda il grande sentimento anticasta e antipolitico, che ha sempre successo sul *web* e sempre ne avrà.

Simile a questa famosa *fake* ne esistono tantissime altre e infatti Laura Boldrini ha presentato centinaia e centinaia di denunce che, molto spesso, sono anche andate in porto e sono appunto finite anche con condanne da parte di chi l'ha sbeffeggiata sul *web*. Uno dei casi più gravi la portò addirittura a scrivere un lungo post su *Facebook* in cui disse: “La mia unica sorella morta anni fa per malattia non si è mai occupata di migranti, non si fermano nemmeno davanti ai morti” e questo accadde quando una delle sorelle che le vanivano attribuite si diceva si occupasse, ovviamente lucrando su questo tipo di attività, di migranti e quindi che avesse istituito numerose cooperative di migranti per gestire questo *business* miliardario al solo fine di lucro.

Luigi Franzese
8 aprile alle ore 16:58 · €

È ora di fare la guerra ed eliminare tutti i PARASSITI.

La sorella della Boldrini in pensione a soli 35 anni, 10.000€ al mese!
Una carriera accademica perfetta e un profilo prestigioso quello della sorella del ministro. Nata nel 1979, Lucia Boldrini, a soli 24 anni è già laureata...
LANOZIONE.COM

Mi piace Commenta Condividi

3

Sion Fulvio Benedetti Quanto?
Mi piace · Rispondi · 8 aprile alle ore 18:30

Amedeo Iapichino Che vergogna
Mi piace · Rispondi · 8 aprile alle ore 19:56

<https://www.davidpuente.it/blog/2017/04/13/bufala-la-sorella-della-boldrini-pensione-soli-35-anni-10-000e-al-mese/>

Tutto questo ha, ovviamente, a che vedere con quanto descritto in precedenza a livello teorico rispetto al fronte economico e al fronte di propaganda politica. È facile notare che molto spesso le due cose si incrociano, per cui, a volte vediamo che le *fake* si riducono a insulti senza alcun fondamento e altre volte, come in quello leggermente più strutturato che è il post relativo al Frecciarossa, hanno più livelli e che se accolgono alcune istanze politiche i *click* saranno ancora di più: ciò che rileva è che in ogni caso si andrà a fare leva su quei sentimenti indicati prima, a livello teorico, ed è così che si uniscono le due finalità. Quindi rabbia, indignazione, meraviglia hanno tutte a che vedere con

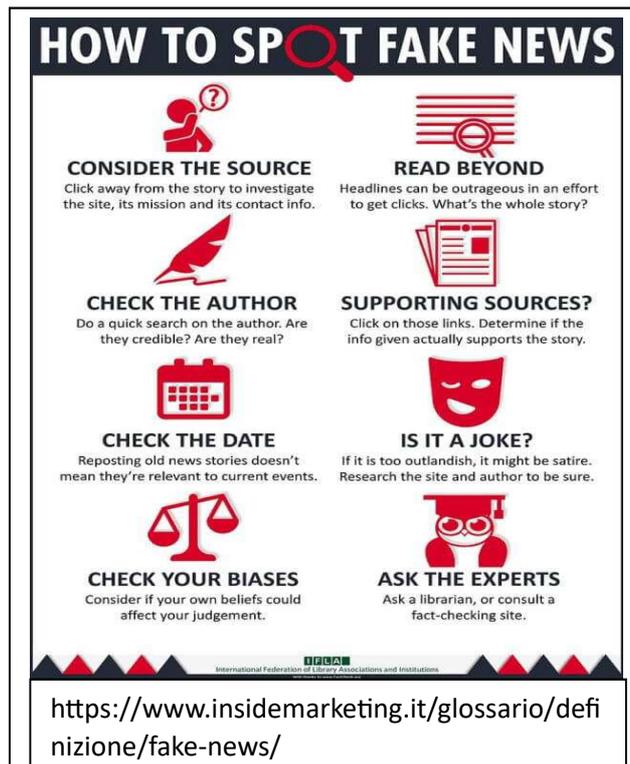
l'episodio razzista esaminato precedentemente, con il caso in cui è stata coinvolta Poste Italiane e il reddito di cittadinanza nonché con tutti gli esempi relativi a Laura Boldrini.

Il concetto fondamentale da capire è che una *fake news* è facilissimo diffonderla ed è difficilissimo smontarla. Molto spesso ci vuole un lavoro più impegnativo per smontare una *fake* e far capire quanto sia falsa ogni singola sezione che la compone piuttosto che diffonderla. Infatti, c'è chi dice che una notizia smentita è una notizia data due volte. Quanto detto riguarda quasi la totalità delle notizie a partire dalle notizie palesemente false come il post di Gangemi che parlava di PD al 4% che si smonta con estrema facilità, fino ad arrivare notizie più complicate e complesse che, ad esempio, riguardano temi come l'immigrazione che sono decisamente molto più complicate e molto più difficili da smentire. Ad esempio, per quanto riguarda l'immigrazione, alcuni anni fa, il quotidiano *La Verità* diffuse una notizia, che poi divenne virale una volta postata sul *web*, che sosteneva che gli immigrati diffondessero la malaria attraverso i barconi. Si tratta di una notizia molto facile da credere e molto difficile da smontare. Per smontare un titolo simile ci vuole tempo perché vanno trovate le così dette “prove”, incrociare le fonti, verificare, interpretare e fare fact checking: si prendono i dati relativi a quella malattia, si consultano gli esperti e quindi in questo caso specifico ci si confronta con gli esperti di malattie infettive, si parla con medici senza frontiere e con le organizzazioni che possono avere questi dati e infine se possibile si parla con il Ministero dell'Interno riguardo quante persone sono arrivate e quante ne sono arrivate con malattia. Questo sarebbe il lavoro che il giornalista dovrebbe fare sempre e che dovrebbe fare ancora di più nel momento in cui si deve fare *debunking*. Negli anni, soprattutto dal 2015, aumentando il numero delle *fake news* sono aumentati anche i siti che si occupano di *debunking*, come “*Bufale.net*” o “*Butac*” o “*Bufale un tanto al chilo*” o i siti stranieri, soprattutto americani, che si interessano di *debunking* da anni e poi ci sono anche dei *debunker* professionisti, come David Puente o Paolo Attivissimo, che si occupano proprio di questo, ovvero di sbufalare notizie, foto o fotomontaggio ed è un vero e proprio lavoro. A tutti questi siti, estremamente utili a fare *debunking*, si deve poi aggiungere il dato fondamentale per cui, come si è già scritto, il miglior modo di fare *debunking* sono sicuramente tutti i siti istituzionali, per cui sarà bene rivolgersi a loro per avere la migliore qualità e veridicità di notizie e informazioni.

Ermes Maiolica, che è un “bufalaro” molto conosciuto, cioè un creatore di bufale, nonché un sociologo, che si occupa di fare studi sui comportamenti delle persone, basandosi sulle bufale che diffonde e che cerca di capire come si comportano le persone in base a quello che lui stesso comunica e di vedere le reazioni delle persone quando si vanno a colpire i loro punti deboli, afferma: “quando commentavo con delle battute le notizie false venivo attaccato pesantemente da tutti quindi ho cominciato a fare scherzi per vedere la reazione degli altri utenti e ho capito che in realtà nemmeno

servono canali di comunicazione perché se una notizia va, va da sola non ha bisogno nemmeno di essere spinta” e infatti molte delle bufale diffuse da Ermes Maiolica sono diventate famose perché sono veramente diventate virali. L’affermazione di Maiolica consente ancora una volta di capire che la notizia falsa viaggia anche da sola, viaggia anche su tutti i mezzi possibili: è sufficiente una foto, un *frame*, basta un fermo immagine o anche un titolo ed è per questo motivo che è necessaria una certa educazione digitale. Fin ora si è parlato di tutti i modi per smentirle controllarle e verificarle queste *fake* e si è visto che esistono persone che si occupano di *debunking* e che nel tempo il numero di queste persone è cresciuto, per cui adesso risulta necessario capire in che modo tutti possono fare una certa educazione digitale.

L’educazione digitale dovrebbe avere questi punti cardine: la verifica delle fonti, quindi cercare una notizia su più fonti e che siano fonti diverse e soprattutto siano fonti diverse da quelle che si consultano solitamente (bisogna uscire dai “soliti siti” che l’algoritmo dei social ci propone sempre, perché scrivono quello che vogliamo sentirci dire) perché per capire se una notizia, è vera davvero va verificata su altri siti che non siano quelli che si consultano abitualmente e nella migliore delle ipotesi vanno verificate su siti istituzionali che danno sempre la versione reale dei fatti. Occorre chiaramente fare attenzione al nome, ai titoli sia quando sono quasi sicuramente *fake* come le testate satiriche, sia quando sono più sottili e più strutturati. Poi è opportuno controllare la data e l’autore e quindi cercare di contestualizzare (nella maggior parte dei casi le *fake* non sono firmate perché nessuno si prende la responsabilità di mettere il proprio nome e cognome, quindi già quando si legge un articolo che non è firmato bisogna porsi il dubbio del perché). E’ conveniente, inoltre, consultare i siti dei cacciatori di bufale come “Bufale.net”, che oltre ad essere molto divertenti, utilizzano e fanno *debunking* sia delle bufale che della disinformazione ovvero delle “mezze verità” e cioè di quelle notizie verosimili che mischiano realtà e *fake* e che poi non sono altro che una variante più intellettuale delle *fake* più basiche che le rende molto più pericolose.



Oltre a *Bufale.net* altri siti di cacciatori di bufale sono “*Newsguard*” che è un sito che cataloga e dà il “bollino di attendibilità” ai siti internazionali e italiani, “*Medicalfacts*” che è un blog gestito da Roberto Burioni, scienziato che si occupa in questo momento, in particolare, di coronavirus, ma che in questo blog aiuta gli utenti a smentire una lunga serie di *fake* mediche di vario tipo. “*Bufale un tanto al chilo*” che si occupa soprattutto di *fake* scientifiche, David Puente che, nel quotidiano online *Open*, ha una sezione in cui si occupa proprio di fare *debunking* di tutte le notizie di attualità, dalla foto ai titoli fino ai video e “*Medunker*” che è sempre un sito di *debunking scientifico* gestito da Salvo Di Grazia, un medico che si è mostrato essere anche un bravissimo comunicatore. A questa lista si possono, poi, aggiungere tantissimi *debunker* stranieri, come ad esempio “*Snopes*” o “*Meta-Bank*”, che sono siti di *debunking* americani e che sono nati diversi anni prima rispetto ai nostri perché, appunto, il fenomeno della disinformazione, soprattutto sui *social* ha avuto origine lì, dove per primi si sono diffusi *social*, quindi gli Stati Uniti.

1.4 Infodemia: fake news e Covid

Negli ultimi anni l'Organizzazione Mondiale della Sanità è arrivata a parlare di infodemia. INFODEMIA²⁰ sarebbe un'epidemia di notizie non necessariamente false, anche se la mole di notizie

²⁰ John Zarocostas, How to fight an infodemic, February 29, 2020

false soprattutto dall'inizio della pandemia del Covid è andata ad aumentare sempre di più. Quindi forse la corretta definizione di infodemia sarebbe quella di epidemia di notizie false, proprio perché “un'epidemia globale di disinformazione si diffonde rapidamente attraverso le piattaforme dei social e altri canali ponendo in serio problema la salute pubblica” scrive *The Lancet*²¹, una delle riviste più importanti del mondo dal punto di vista scientifico, riprendendo le parole del Direttore Generale dell'OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus “non stiamo solo combattendo un'epidemia stiamo combattendo un infodemia”²². Dunque, come si può notare, lo stesso Ghebreyesus definisce l'infodemia come epidemia globale di disinformazione e, quindi, viene già deviato il termine in qualche modo verso una definizione che sia quella di epidemia di notizie false e questo si può intuire fin da una delle prime iniziative del Ministero della Salute. Infatti in data 4 Febbraio 2020, agli albori del Covid, il Ministro della Salute, Roberto Speranza, scrisse il seguente *tweet*: “per fermare il coronavirus vanno anche contrastate le false informazioni immediatamente. Sono felice dell'accordo appena fatto con *Twitter* che da oggi indirizzerà ogni ricerca e hashtag al Ministero della Salute”²³. *Twitter* e *Facebook* hanno, ormai da qualche anno, una politica che va a bloccare molto spesso le notizie che riguardano il Coronavirus e indirizzare gli utenti verso siti istituzionali che sono il Ministero della Salute, l'Organizzazione Mondiale della Sanità, l'Istituto Superiore di Sanità e così via. Come si è scritto, fin dagli albori della pandemia è stata posta grande attenzione sul tema della corretta informazione riguardo al Covid, quando ancora non si immaginavano gli enormi danni della disinformazione relativamente alla salute. Un esempio, lampante e piuttosto recente, di come nonostante tutte le precauzioni il Covid e tutto quello che è ad esso collegato sia stato l'apoteosi della disinformazione e delle *fake news* riguarda il numero “3783”.

Nell'ultimo anno, nelle tantissime manifestazioni no-vax, molto spesso i manifestanti hanno esposto dei cartelli con il numero 3783. Un numero, questo, che si è diffuso in tutte le chat no vax, ma soprattutto si è diffuso in tutto il *web* e sui *social*, nonostante non fosse partito dai *social*. Infatti questo numero nasce dall'Istituto Superiore di Sanità che, il 19 ottobre 2021, pubblicò un report sui morti a causa del Covid²⁴: venne analizzato un campione di oltre 7900 cartelle cliniche, rappresentative delle allora 130.000 persone che avevano perso la vita per il Covid e nello studio, condotto dall'Istituto Superiore della Sanità, venne spiegato che solo in 230 di quelle cartelle, quindi solo il 2,9% di quelle cartelle, non erano state indicate anche altre patologie. Alla luce di ciò il 21

²¹ [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30461-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30461-X/fulltext)

²² Tedros Adhanom Ghebreyesus, direttore generale dell'OMS, Conferenza di sicurezza di Monaco, 15 febbraio 2020

²³ <https://twitter.com/robersperanza/status/1224639611202306048>

²⁴ https://www.epicentro.iss.it/coronavirus/bollettino/Report-COVID-2019_5_ottobre_2021.pdf

ottobre, quindi il giorno dopo questo report dell'Istituto Superiore di Sanità, uscì un articolo del *Tempo*, guidato da Franco Bechis, che era intitolato così: “Gran pasticcio nel rapporto sui decessi per l’ISS gran parte dei morti non li ha causati il Covid²⁵”. In questo articolo del *Tempo* era stato utilizzato il dato del 2,9% che, appunto corrispondeva al numero delle cartelle che tra le persone morte di Covid non avevano indicate altre patologie pregresse, per affermare, invece, che solo il 2,9% dei 130.000 morti sono veri morti per Covid, mentre tutti gli altri sono morti per altre ragioni. Di conseguenza si era di fronte all’ipotesi in cui si diffonde un dato vero, ma associato ad informazioni sbagliate. L’Istituto Superiore della Sanità fu costretto a fare un’ulteriore comunicato stampa in cui affermava che “nel rapporto ISS non si dice che solo il 2,9% dei decessi è dovuto al virus, ma la percentuale del 2,9% si riferisce alla percentuale di pazienti deceduti con positività al sarscov2 che non avevano altre patologie diagnosticate prima dell’infezione”²⁶ e questo non vuol dire che siano morte per altre ragioni. Quindi si può facilmente capire che non è stato scritto un dato falso, ma ne è stata data un’interpretazione scorretta e questa è la caratteristica che classifica questa notizia come una di quelle “acque torbide” in cui si mescolano dati veri e dati falsi. Questo esempio è emblematico per quanto riguarda quelle *fake* più difficili da sbufalare, non siamo, infatti, di fronte a una delle vignette di Gangemi, ma siamo di fronte a una *fake* un po’ più complessa, che richiede uno step in più, che necessita di un lavoro di decodifica e di interpretazione in più.



²⁵ <https://www.iltempo.it/attualita/2021/10/21/news/rapporto-iss-morti-covid-malattie-patologie-come-influenza-pandemia-disastro-mortalita-bechis-29134543/>

²⁶ https://www.iss.it/comunicati-stampa/-/asset_publisher/fjTKmjJgSgdK/content/id/5868665 (25 OTTOBRE 2021)

Quello appena riportato è solo uno degli infiniti esempi di *fake news* che si possono identificare nel panorama di Covid e della pandemia, ma fortunatamente molti siti italiani e stranieri sono sempre più attivi nel diffondere una corretta informazione sul tema. Siti come *Newsguard* che è un sito molto importante che si occupa di fare un monitoraggio di *fake news* e che in particolare ha un centro di monitoraggio sulla disinformazione sul Coronavirus e che si serve di un team di giornalisti professionisti e attribuisce ad ogni notizia una valutazione in base al livello di attendibilità tanto che finora ha individuato oltre 550 siti che hanno pubblicato disinformazione sul Covid tra Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Germania e Italia e a questi siti si aggiungono, poi ovviamente, le notizie sparse e i blog che non sono neanche contati. *Newsguard* ha, addirittura, elaborato nel tempo un bilancio di quali sono le *fake news* più diffuse sul tema e la prima riguarda Bill Gates e la “profezia” che Bill Gates aveva fatto nel 2015 quando in una delle sue importanti conferenze parlando del prossimo pericolo per il mondo intero disse che non sarebbe stata la bomba atomica e che quindi non avrebbe avuto la forma del fungo atomico, ma avrebbe avuto la forma un virus, una pandemia mondiale. Ovviamente circolò ovunque la notizia che Bill Gates avesse previsto tutto e che anni prima avesse appunto fatto questa provvidenziale profezia e che quindi il Covid fosse frutto di un complotto. Ma la realtà è che semplicemente Bill Gates è una persona che, da quando ha lasciato il mondo dell'informatica, si è dedicato a tutte le attività che riguardano la ricerca e la filantropia e, in particolare con la sua associazione, va a studiare quelli che possono essere scenari futuri a livello mondiale e, probabilmente, non era così difficile capire che il prossimo pericolo, per il mondo intero, sarebbe stato un virus. In più moltissimi virologi affermano che all'università un virus che arriva dalla Cina e che infetta il mondo intero è uno dei casi studio più basilari che ci sia, quindi niente di assolutamente imprevedibile.

Un'altra *fake* molto diffusa analizzata da *Newsguard*²⁷ era la seguente: “non usate in questo periodo farmaci a base di ibuprofene”, infatti la correlazione tra l'ibuprofene e il peggioramento della malattia è una *fake* che è stata portata avanti per tantissimo tempo tant'è che, dopo essere stata “sbufalata”, adesso informazioni come queste vengono bannate perché etichettate come false. Un'altra delle più eclatanti fu una foto che circolò tantissimo, fin dall'inizio della pandemia in Cina, in questa immagine si vedono varie strade disseminate di cadaveri stesi a terra che si diceva fossero morti a causa del

²⁷<https://www.newsguardtech.com/it/special-reports/coronavirus-misinformation-tracking-center/>

Covid. Questa foto è circolata davvero molto ed è stata ricondivisa numerosissime volte diventando in breve tempo virale, tuttavia questa immagine non è reale, infatti si tratta di un'installazione artistica per una performance del 2014, che è stata fatta in Germania a Francoforte, per commemorare le vittime delle deportazioni naziste, quindi si tratta di un'immagine assolutamente decontestualizzata. Cercare di scoprire il reale contesto delle foto che circolano sul web, è un lavoro che si può fare facilmente andando a cercarne il contesto attraverso Google Immagini, con una ricerca leggermente più accurata. Si tratta di un'azione semplice e veloce che ci permetterebbe di setacciare le informazioni e di ricevere una corretta informazione.

Come si è già scritto, il miglior modo di fare *debunking* sono sicuramente i siti istituzionali e questa regola vale ancora di più, quando si parla di temi legati alla salute e alla sanità e per questo motivo per avere informazioni e leggere notizie veritiere e attendibili riguardo Covid e pandemia è bene rivolgersi al Centro europeo di prevenzione e controllo delle malattie, all'Organizzazione Mondiale della Sanità, all'Istituto Superiore della Sanità, al Ministero della Salute nonché all'Ordine dei Medici stessi. A darci la riprova di quanto sia grave e di quanto sia importante e sia arrivato ad altri livelli il tema delle *fake news* ognuna di queste grandi istituzioni ha ormai una sezione, una pagina, un blog dedicato alle *fake news* ed infatti quelle appena citate sono le *fake* della sezione *fake* dell'ISS.

1.5 Risposta del Diritto al fenomeno delle fake news

Terreno particolarmente spinoso è quello della relazione tra Diritto e fake news. Negli ultimi anni si è sempre più cercato di denocciolare la questione e il Diritto ha più volte cercato di dare una risposta al fenomeno delle *fake news* che, come si sa, è sempre più presente nella quotidianità di ognuno di noi e negli anni sta occupando uno spazio notevole nel dibattito pubblico. Ciò che rende il dibattito sul rapporto tra Diritto e *fake news* così complesso e spinoso è essenzialmente il fatto che la disinformazione e le *fake news* non siano punibili legalmente nonostante nell'attualità comportino conseguenze notevoli e siano causa di problematiche ingenti.

- *Le istituzioni europee e l'HLEG*

Le istituzioni europee hanno adottato da tempo un approccio *multilevel* tipico delle *policies* europee, al fine di costruire un *policy-network* che faccia da paradigma regolativo per i governi nazionali. Il vantaggio di poter disporre di una cornice normativa comune consiste in una maggiore forza delle istituzioni europee rispetto a quella dei singoli stati e ne è la riprova l'accordo raggiunto con le principali piattaforme social e l'avvio di centri di *fact checking* e di monitoraggio dislocati nel territorio dell'Unione Europea. Di contro lo svantaggio è rappresentato dalla scelta

di adottare dei Codici di Condotta che pur essendo uno strumento giuridicamente vincolante si fonda, però, su un impegno volontario dei soggetti che lo sottoscrivono, per cui la violazione del Codice non determina alcuna sanzione. L'azione regolativa europea nel gennaio del 2018 attraverso la Commissione Europea ha istituito l'**HLEG** (High Level Expert Group), con lo scopo di fornire consulenza sulle iniziative politiche comunitarie volte a contrastare le *fake news* e la disinformazione *online*. Il principale risultato dell'HLEG è stato di aver realizzato un **Codice di condotta sulla disinformazione**,²⁸ siglato per la prima volta a livello internazionale, che contiene norme di autoregolamentazione per combattere la disinformazione fuori e dentro lo spazio europeo, firmato volontariamente dalle piattaforme, dai principali social network, dagli inserzionisti e dall'industria pubblicitaria. Tutti i sottoscrittori hanno accettato di aderire formalmente ad un piano di azione composto da cinque aree di intervento, quali quella di interrompere le entrate pubblicitarie di *account* e siti *web* che diffondono la disinformazione e provvedere al miglioramento della trasparenza della *policies* pubblicitarie sul web; affrontare la questione dei profili falsi e dei *chat bot online*, dare la possibilità ai consumatori di segnalare contenuti non attendibili, anche per migliorare la visibilità e la reperibilità di contenuti verificati. In seguito a questo primo passaggio, il processo si è ulteriormente concretizzato attraverso il finanziamento nell'ambito del potenziamento di strumenti di monitoraggio sia a livello comunitario che negli stati membri, oltre che nell'aver reso vincolante l'accordo quadro europeo a livello centrale e locale con le piattaforme nonché nell'aver costruito una rete di *fact-checkers* in Europa composta da giornalisti accreditati e ricercatori qualificati in diversi settori, senza lasciare in secondo piano anche le iniziative di sensibilizzazione della società civile per mezzo di campagne d'informazione e forme di coinvolgimento attivo²⁹.

A livello nazionale, diversi Paesi europei³⁰ hanno adottato leggi specifiche per avversare la disinformazione, tra cui la Francia (ad oggi l'unico Paese dell'Unione Europea che ha scelto di ricorrere allo strumento penale per la repressione delle *fake news*, anche se solo nell'ambito del periodo pre-elettorale) con la legge sulla manipolazione dell'informazione e l'Italia con la legge sul contrasto alla disinformazione del 2019. Di fatto, però, è la legge tedesca *NetzDG*³¹ ad essere il primo vero esempio di regolazione *ad hoc* relativamente a questo fenomeno. Questa legge, però,

²⁸<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

²⁹ MONTI Matteo, 2019 “ *Il Code of Practice on Disinformation dell'UE: tentativi in fieri di contrasto alle fake news*” Medialaw

³⁰ PANZA Alessandra, Sciacchitano Francesco, 2020 “*Fake news e disinformazione online: misure internazionali*” MediaLaw

³¹ Leessen Paddy, Tworek Heid “*An Analysis of Germany's NetzDG Law*” Transatlantic High Level Working Group on Content Moderation Online and Freedom of Expression, 2019

ha ricevuto numerose critiche proprio riguardo all'incompatibilità con la libertà di espressione, poiché sono state erogate ingenti sanzioni e conseguentemente censurate molte opinioni.

- ***Inquadramento giuridico: diritto legislativo e giurisprudenziale, statale e sovranazionale***

In Italia, il fenomeno delle fake news è stato affrontato attraverso diverse normative, soprattutto negli ultimi anni.

Innanzitutto, a tal riguardo, per meglio avere un quadro normativo di riferimento, è necessario partire dalla indispensabile premessa che la Costituzione italiana riconosce la libertà di espressione come un diritto fondamentale, tutelato dall'art. 21, che recita "Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con le parole, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione. La stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure". Tuttavia la stessa Costituzione prevede anche dei limiti alla libertà di espressione, in particolare per ciò che riguarda l'uso improprio della stessa.

L'art. 21, infatti, prevede che "La legge può stabilire misure che ne limitano la libertà e la segretezza delle comunicazioni e degli altri mezzi di informazione". Questo significa che, pur tutelando la libertà di espressione, la Costituzione consente di adottare misure volte a limitare l'uso distorto o manipolativo dell'informazione.

Inoltre, la Costituzione italiana sancisce, con l'art. 52, anche il diritto all'informazione che si traduce in un dovere per i media di fornire informazioni veritiere e corrette alla cittadinanza. Ciò implica che i media hanno la responsabilità di verificare le notizie prima di diffonderle e di evitare la diffusione di fake news.

In sintesi, quindi, la Costituzione italiana tutela la libertà di espressione e di informazione, ma allo stesso tempo prevede dei limiti volti a evitare l'abuso di tali diritti e a garantire la veridicità delle informazioni diffuse. Ciò significa che, in caso di diffusione di fake news, può essere necessario intervenire con delle misure atte a contrastare il fenomeno, senza tuttavia ledere la libertà di espressione.

Le principali iniziative legislative in materia sono state rappresentate essenzialmente da due disegni di legge, volti appunto a tentare di arginare la disinformazione. Il primo d.d.l.³² aggiungeva delle pene, promuoveva *l'alfabetizzazione mediatica*³³ e progetti di sensibilizzazione nelle scuole. La maggior critica a questa normativa è stata rivolta all'art. 7 in forza del quale le

³² D.d.l. n. 2688 del 07 Febbraio 2017. Il testo è consultabile in www.senato.it

³³ L'acquisizione da parte degli utenti che operano in rete di quelle competenze e conoscenze che permettono loro l'utilizzo del media in maniera sicura, cosciente ed efficace

piattaforme avrebbero dovuto rimuovere le notizie non attendibili o distorte, altrimenti sarebbero state soggette a sanzioni. In considerazione di ciò è stata, quindi, ritenuta contestabile la rimozione eccessiva che l'applicazione di tale norma avrebbe comportato nonché evidente, per la vaghezza anche delle disposizioni, il mancato rispetto dell'art. 21 della Costituzione e il contrasto con la direttiva 31/2000 della CE riguardo agli obblighi di controllo delle piattaforme sulle informazioni memorizzate.

Il secondo ddl,³⁴ ispirato alla legge tedesca *NetzDG* per quanto concerne gli obblighi, le procedure e le sanzioni, seppur minori mirava a responsabilizzare i social network, però solo quelli con più di un milione di utenti registrati in Italia. Erano escluse inoltre anche le piattaforme che offrivano contenuti giornalistici o editoriali e, quindi, anche WhatsApp. Non era prevista una fattispecie criminosa relativa alla diffusione di notizie false, ma come per la *NetzDG*, vi sarebbero state delle sanzioni elevate, che avrebbero comportato un *over-removal*, e quindi una lesione della libertà di espressione.

La questione è che entrambi si sono arenati.

L'approccio italiano alla lotta alle *fake news* prevede, attualmente, una combinazione di norme e iniziative di autoregolamentazione, con l'obiettivo di garantire la libertà di informazione e promuovere il pluralismo, senza tuttavia trascurare la necessità di contrastare il fenomeno delle notizie false e della manipolazione della informazione. Alcune delle principali iniziative sono, ad esempio, il ***Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale***, promosso dall'Istituto Autodisciplina Pubblicitaria (IAP), che impone agli inserzionisti e agli operatori della comunicazione pubblicitaria l'obbligo di verificare l'attendibilità e la veridicità delle notizie diffuse attraverso le campagne pubblicitarie; le linee guida dell'***AGCOM***³⁵, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni che ha emesso, appunto delle linee guida per la lotta alle *fake news*, che prevedono la creazione di una piattaforma di monitoraggio e segnalazione delle notizie false, la promozione della cultura dell'informazione e la cooperazione con gli operatori del settore.

In alcune circostanze inoltre le *fake news*, in Italia, possono essere considerate una violazione della legge penale. Esistono infatti diverse norme che possono essere applicate a questo fenomeno, in base alle modalità di diffusione, alle finalità perseguite e ai danni eventualmente causati.

³⁴ MONTI Matteo, 2017 "La proposta del ddl Zanda- Filippini sul contrasto alle fake news sui social network: profili problematici" Diritti Comparati

³⁵ L.n. 249, 31 Luglio 1997, "Istituzione dell'Autorità per le garanzie delle comunicazioni norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo"

Si pensi, ad esempio, alle *fake news* che diffamano o denigrano istituzioni o autorità pubbliche e alla possibile applicazione dell'art. 595 del Codice Penale che prevede per "Oltraggio a corpo politico o amministrativo dello Stato la reclusione fino a tre anni. L'art. 266-bis del Codice Penale "Divulgazione di notizie false" stabilisce che chiunque diffonde notizie false, esagerate o tendenziose, idonee a turbare l'ordine pubblico o ad arrecare danno a terzi, è punito con la reclusione fino a tre anni. Questa norma può essere applicata nel caso di fake news che causano danni alle persone o alle istituzioni pubbliche.

In considerazione di ciò, occorre precisare che l'applicazione della normativa penale alla diffusione delle *fake news* dipende, comunque, dalle circostanze del singolo caso.

CAPITOLO 2

Incidenza delle fake news sui disturbi del comportamento alimentare

2.1 Cosa sono i disturbi del comportamento alimentare

I disturbi del comportamento alimentare (DCA) sono sempre più preoccupanti sia dal punto di vista clinico che sanitario, a causa della bassa *compliance* e della resistenza al cambiamento delle pazienti. Purtroppo, questi ostacoli sono un fattore di rischio per la vita, soprattutto nel caso dell'anoressia. Spesso, i trattamenti di cura si focalizzano sugli aspetti del recupero del benessere fisico, la perdita di peso o il recupero del peso ed è questo l'aspetto che rischia di essere addirittura controproducente nella relazione terapeutica, poiché solitamente non è un obiettivo condiviso dalle pazienti.

Molti studi hanno indagato la relazione tra esperienze traumatiche e disturbi del comportamento alimentare. Le esperienze traumatiche più comuni, in questa popolazione di pazienti, oltre alla violenza sessuale, sono i maltrattamenti fisici, la trascuratezza affettiva, l'abbandono durante l'infanzia e la perdita di un familiare stretto, anche se sono state valutate solo le situazioni avvenute prima dell'esordio del disturbo. I risultati della ricerca indicano che le pazienti affette da anoressia nervosa di "tipo misto", le pazienti bulimiche e quelle con disturbi alimentari atipici presentano percentuali di esperienze traumatiche nettamente alte. Questi dati sembrano dimostrare l'esistenza di una relazione tra la presenza di un'esperienza traumatica e il tipo di patologia alimentare. La violenza sessuale è riportata da un numero consistente di donne affette da disturbi del comportamento alimentare, di cui il 20-50% riporta una storia di violenza infantile, anche se non è stata riscontrata una connessione specifica e diretta tra violenza sessuale e sviluppo di questo disturbo. La violenza sessuale è spesso associata a comorbidità, in particolare con il disturbo della personalità borderline e con i sintomi dissociativi.

Al di là degli eventi traumatici, ciò che accomuna i vari tipi di disturbi alimentari è l'organizzazione cognitiva che c'è alla base, che riguarda la costruzione di significati su di sé e sul rapporto tra sé e gli altri e tra sé e il mondo, a partire dalle prime modalità di interazione con le figure di riferimento genitoriali nell'infanzia. Tale organizzazione di significati tende a restare coerente, indipendentemente dagli eventi esterni e definisce, in qualche modo, la propria identità.

Analizzando nel dettaglio la famiglia d'origine dei soggetti affetti da disordini alimentari si nota che lo stile di comunicazione familiare è ambiguo e contraddittorio e la modalità di comportamento è

invischiante. La comunicazione ambigua è caratterizzata da una tendenza a nascondere gli aspetti problematici della coppia e della famiglia e le relative emozioni negative associate, per salvare l'apparenza a livello sociale. Allo stesso modo, i genitori rimandano un'immagine di sé sempre all'altezza delle situazioni, senza far riferimento a difficoltà personali pregresse. A livello di accudimento, questi genitori sembrano totalmente dediti al benessere del figlio, addirittura iperprotettivi, ma sempre per dare conferma di quest'immagine di sé all'esterno, mentre non sono coinvolti emotivamente nelle cure fornite al bambino, per cui la tenerezza cede il passo alle forme di controllo³⁶. Tale controllo si esercita a tutti i livelli, per cui il genitore ridefinisce continuamente gli stati interni del bambino, in modo da renderli coerenti con gli standard accettati dalla famiglia. L'invischiamento riguarda proprio questa impossibilità di differenziarsi dagli altri membri della famiglia.

Avendo ora ben chiaro che l'origine del disturbo del comportamento alimentare abbia origini profonde e "antiche" e che quindi i soggetti affetti abbiano un vissuto simile è utile andare ad illustrare ed analizzare accuratamente quello che si potrebbe chiamare "Itinerario di sviluppo del disturbo del comportamento alimentare":

- **L'infanzia:**

Il bambino non si fida della propria capacità di riconoscere e decodificare i suoi stati interni, poiché vengono sempre disconfermati e ridefiniti, e trova una stabilità prendendo come punto di riferimento un'unica figura genitoriale, solitamente la madre, ed esprimendo soltanto quelle emozioni che sono in linea con le sue aspettative. In questo modo, il bambino può almeno utilizzare un solo sistema di decodifica delle proprie emozioni, ma comunque il confine tra la rappresentazione di sé e le rappresentazioni mentali degli altri diventa vago e confuso. In questo contesto, l'autosufficienza e il controllo del proprio comportamento e delle opinioni degli altri, come sforzo di separazione dalla figura di attaccamento scelta, prendono il posto della vera e propria autonomia decisionale. In questa vaghezza esistenziale, l'unica cosa che il bambino percepisce chiaramente sono i segnali relativi al proprio corpo (fame, sete, motricità), perché più concreti³⁷.

Questi bambini sono perfezionisti e compiacenti, giudiziosi, studiosi ed educati, perché hanno bisogno di mantenere sempre alto il livello di conferme che ricevono dall'esterno.

³⁶ Vittorio Guidano "La complessità del sé", Bollati Boringhieri, 1988

³⁷ Vittorio Guidano "La complessità del sé", Bollati Boringhieri, 1988

- **L'adolescenza:**

In adolescenza, è un processo fisiologico passare dalla fase in cui non si mette in dubbio nulla di ciò che riguarda i genitori, tipica dello sviluppo infantile, alla fase in cui i genitori diventano persone comuni, con pregi e difetti. Questa transizione è fondamentale per il raggiungimento di un'autonomia di comportamento e di pensiero. In questo passaggio, l'adolescente con organizzazione di personalità da disturbo alimentare resta profondamente deluso dalla figura che ha scelto come punto di riferimento, poiché l'unico modo per sentirsi definito e stabile era quello di aderire completamente alle sue aspettative, per cui rivalutare quel modello assoluto porta nuovamente ad un senso di precarietà e di inadeguatezza³⁸. In questi casi, infatti, non viene messa in discussione soltanto la figura di attaccamento, bensì la propria identità³⁹.

A questo punto, la strada si divide per chi percorrerà la via dei disturbi da restrizione dell'apporto alimentare (disturbo evitante/restrittivo dell'assunzione di cibo e anoressia nervosa) e per chi, invece, percorrerà la strada della perdita di controllo sull'introito di cibo (bulimia nervosa e disturbo da *binge eating*)⁴⁰.

Il disturbo evitante/restrittivo dell'assunzione di cibo è caratterizzato da:

- disinteresse per il cibo, che viene evitato anche a seconda delle sue caratteristiche chimico-fisiche, a causa della preoccupazione sulle conseguenze della sua assunzione;
- eccessiva perdita di peso (o scarso accrescimento nei bambini);
- deficit di elementi nutritivi, con un'importante ricaduta sul funzionamento sociale.

Nell'anoressia nervosa, la restrizione calorica determina un peso corporeo significativamente al di sotto della norma ed è accompagnata da:

- paura di prender peso;
- distorsione nella percezione dell'immagine corporea, con influenza negativa sull'autostima;
- scarsa o nulla consapevolezza della gravità della situazione per la sopravvivenza.

La bulimia nervosa è caratterizzata da episodi di abbuffata, in cui la persona, in un tempo molto circoscritto, ingerisce una quantità di cibo superiore alla norma, travolta da una sensazione di perdita di controllo su quanto accade e sulla sua capacità di smettere. Queste

³⁸ Vittorio Guidano "La complessità del sé", Bollati Boringhieri, 1988

³⁹ Vittorio Guidano, Giovanni Liotti "Processi cognitivi e disregolazione emotiva", Edizioni Apertamenteweb, Roma 2018

⁴⁰ American Psychiatric Association, Ed. it. Massimo Biondi (a cura di), *DSM-5. Manuale diagnostico e statistico dei disturbi mentali*, Milano, Raffaello, Cortina Editore, 2014

smisurate assunzioni di cibo, poi, vengono compensate con condotte finalizzate ad evitare l'incremento ponderale:

- auto-induzione al vomito;
- uso di lassativi e diuretici;
- periodi di digiuno o di intenso esercizio fisico.

Il *binge eating* può essere considerato una variante della bulimia nervosa, in cui si aggiungono:

- la voracità del mangiare velocemente fino a sentirsi scoppiare, indipendentemente dalla fame
- abbuffate solitarie (per l'imbarazzo), con enormi sensi di colpa e disgusto;
- mancanza di condotte compensatorie.

Perché c'è il corpo al centro? Perché il corpo invia segnali concreti, facilmente identificabili, ma anche perché le famiglie sono particolarmente attente ad aspetti relativi all'immagine e alla forma, come quelli estetici. Il senso di incompetenza personale non giunge ad un livello di consapevolezza, ma viene canalizzato nell'immagine corporea deformata dal grasso. In tabella 2 sono analizzate le caratteristiche delle due "vie" evolutive dei disturbi alimentari, secondo quanto proposto da Guidano (1988)⁴¹.

Le due vie evolutive dei DCA

	Disturbi alimentari da Ipercontrollo	Disturbi alimentari da perdita di controllo
<i>Delusione</i>	Scoperta, dopo aver imposto il proprio punto di vista.	Subita, come un evento soverchiante.
<i>Sé</i>	Incapacità, senso di vuoto, concentrazione sull'autosufficienza e sul controllo degli impulsi biologici per evitare il fallimento.	Incapacità, destabilizzazione e devastazione, concentrazione sull'inadeguatezza dell'aspetto fisico e rinuncia a combattere perché non ci si sente all'altezza.
<i>Altri</i>	Intrusivi e ingannevoli.	Disconfermanti e deludenti.
<i>Mondo</i>	Elusivo e disconfermante, a causa della propria incapacità.	Rifiutante, a causa del proprio aspetto fisico.

⁴¹ Vittorio Guidano "La complessità del sé", Bollati Boringhieri, 1988

Immagine corporea

Nell'anoressia, la rappresentazione mentale del corpo è sempre quella di un corpo grasso, anche quando è sottopeso, per cui c'è lo sforzo attivo di perdere peso, che permette di recuperare un senso di efficacia personale.

C'è l'incapacità di controllare i propri impulsi rispetto al cibo, per cui c'è l'accettazione passiva della propria incompetenza e delle proprie sconfitte, che vengono però attribuite soltanto all'immagine corporea.

- **Verso l'età adulta:**

Tutto si gioca nell'equilibrio tra il continuo bisogno di conferme e la paura di essere disconfermati. Il perfezionismo è l'unica strategia che consente di riconoscersi un valore personale, attraverso il riconoscimento altrui: per esempio, con il partner questi soggetti non assumono mai una posizione definita, per evitare il giudizio negativo dell'altro e per dare al rapporto una parvenza di intimità e complicità. Allo stesso tempo, però, questo atteggiamento mette duramente alla prova l'altro e rende più probabile il suo giudizio negativo, cosa che determina nel soggetto con tale organizzazione di personalità un totale disorientamento cui egli può cercare di far fronte soltanto grazie a un atteggiamento che lo porta ad evitare di conoscere appieno ciò che l'altro pensa veramente, accontentandosi della vaghezza⁴².

Alla luce di quanto analizzato sin ora tramite l'itinerario del disturbo del comportamento alimentare capiamo che se si vuole capire l'origine del disturbo è necessario andare a sondare il territorio degli eventi del passato che caratterizzano il vissuto di queste persone esplorando i così detti "traumi con la T maiuscola:

- Maltrattamenti fisici
- Abusi sessuali
- Abbandono
- Lutti

Ma anche andando ad esplorare quelli che invece sono definiti ed etichettati come "traumi con la t minuscola:

- Storia familiare

⁴² Vittorio Guidano "La complessità del sé", Bollati Boringhieri, 1988

- Traumi dell'attaccamento

Quello che è il passato, la storia delle persone affette da un disordine alimentare viene poi ad integrarsi con i così detti “trigger” nel presente che vanno a completare il quadro già estremamente complesso e pericoloso del disordine alimentare portando ad un ulteriore aggravamento della salute dei pazienti. In psicologia con il termine “trigger”, o meglio, “effetto trigger” si fa riferimento a un innesco che scatena una reazione forte e inaspettata in chi ne è vittima, si tratta di un evento che provoca l'associazione di ricordi facendo rivivere il trauma a livello fisico e psichico, come un promemoria che può portare ad ansia o attacchi di panico o altre emozioni associate. Si tratta di una manifestazione dello stato d'animo che nasce inaspettatamente ma che in realtà è legata a traumi profondi accaduti anche molto tempo prima dello scatenarsi della reazione. Questo fenomeno mostra come gli accadimenti dolorosi abbiano un forte impatto nella vita delle persone e possano lasciare un segno che riemerge anche a distanza di molto tempo. Per quanto riguarda nello specifico l'ambito dei disordini alimentari, i trigger sono quelle situazioni che generano sentimenti intensi di incompetenza⁴³ e un peggioramento dei sintomi del disturbo alimentare, i trigger principali che si possono illustrare sono due:

1. variazioni importanti nell'ambito di una relazione significativa: l'altro diventa improvvisamente deludente; ci si sente costretti a prendere una posizione definita nel rapporto; una relazione di lunga durata entra in crisi e non si riesce né a separarsi né ad essere lasciati;
2. situazione di confronto con l'altro vissuta come impossibile da sostenere: svincolo dalla famiglia e inclusione nel gruppo dei pari in adolescenza; performance cui la famiglia assegna un grande valore; aumento di impegno e responsabilità in famiglia o nel lavoro.

2.2 A quali contenuti online sono più sensibili persone che tendono a un DCA

Dopo averli descritti tramite un quadro clinico-psicologico è bene capire la connessione che esiste tra disturbi del comportamento alimentare e la rete, per andare così a comprendere e analizzare a quali contenuti *online* sono più sensibili i soggetti che tendono a un disturbo del comportamento alimentare. È ovvio che *Internet* e la rete più in generale non possono essere definiti come uniche e sole cause di un DCA, ma è altrettanto lampante come essi possono essere grandi incentivi e facili approdi per soggetti che già tendono a questo tipo di disturbi.

⁴³ Vittorio Guidano “La complessità del sé”, Bollati Boringhieri, 1988

I *social network* negli ultimi dieci anni hanno completamente rivoluzionato lo stile di vita di giovani e giovanissimi che poco alla volta hanno iniziato a focalizzare la loro attenzione quasi esclusivamente sull'apparire, sul proporre in modo talvolta estremo la propria vita e sull'osservare costantemente la vita degli altri, dedicando fin troppo tempo ed energie a questo tanto da provare disagio nel non vedere incrementare i likes ad un post o paragonare e invidiare e di conseguenza voler emulare la vita mostrata da altri utenti finendo poi per non rendersi conto di cosa sia reale e cosa non lo sia, mischiando e non avendo più quel netto e corretto distacco che ci dovrebbe essere tra realtà e finzione. Tutto questo contesto si è acuito all'ennesima potenza a partire dal 2020 quando un numero sempre più elevato di persone e di conseguenza di account ha iniziato a mostrare interesse e a dedicarsi ad attività sportiva, abitudini alimentari e quindi dedicarsi al raggiungimento dell'obiettivo di un corpo perfetto esaltando ideali di magrezza eccessiva e ponendoli come punto d'arrivo con metodi più o meno ortodossi. Quanto detto fin ora non sarebbe un problema se si fosse in grado di saper filtrare ciò che si legge e ciò che si vede in rete ma, purtroppo, come già è stato abbondantemente illustrato, non tutti sono in grado di farlo e questo discorso acquisisce ancora più valore se parliamo di giovani che a causa della loro età e della loro abilità nell'usare Internet e navigare in rete sono facili prede di questo circolo vizioso.

Tra tutti i social *Instagram*, *TikTok* e *Tumblr* sono sicuramente le due piattaforme più rischiose se si pone interesse sui DCA. *Instagram* insieme a *TikTok* sono le piattaforme maggiormente utilizzate dalla popolazione giovane, quasi tutti i ragazzi sopra i 13 anni possiedono almeno un profilo *Instagram* su cui sono attivi quotidianamente, per postare se stessi e per osservare gli altri. Il problema di *Instagram* è che è diventato il social del "mostrare" e dell'"apparire" e questo ha comportato che l'idea di vita perfetta che spesso traspare dai profili *Instagram* dei così detti influencer sia spesso causa di infelicità e disturbi di chi li segue poiché sembra che chiunque potrebbe riuscirci. Dai social come *Instagram* traspare forte chiara l'idea che per avere successo su queste piattaforme la conditio sine qua non sia la bellezza esteriore e che il concetto di bellezza è direttamente proporzionale alla magrezza del corpo; infatti, coloro che si espongono sui social mostrano contenuti in cui i soggetti sfoggiano corpi "perfetti" magri, slanciati con la pelle levigata, ma la realtà è che è rarissimo che questi contenuti non siano stati ritoccati prima di essere condivisi. Purtroppo chi visiona questi contenuti non è consapevole che quella che vede è una perfezione fittizia raggiunta tramite filtri e ritocchi e quindi impossibile da emulare, per cui queste persone finiscono per compiere sforzi assurdi per cercare di raggiungere l'irraggiungibile perfezione costruita a tavolino. TikTok ha invece un modo di approcciarsi diverso da quello di *Instagram*, si tratta, infatti, di un format che consente di condividere brevi video e non immagini. *TikTok* è il mezzo perfetto per condividere "challenge" ovvero prove da superare talvolta anche molto pericolose che, entrando nel merito dei DCA, possono

riguardare anche diete ferree e restrittive abbinate ad allenamenti estenuanti da seguire per un certo numero di giorni con l'obiettivo di perdere molto peso in pochissimo tempo. Una delle challenge più virali degli ultimi anni è sicuramente la così detta "What I eat in a day": si tratta di un trend in voga su *TikTok* in cui le ragazze, che sono molto spesso modelle, mostrano un corpo estremamente asciutto, a tratti scheletrico, illustrando successivamente i poverissimi pasti consumati per raggiungere tale obiettivo. Questo tipo di trend, come tantissimi altri, può avere serie ripercussioni sullo stile di vita di persone che tendono a un disturbo del comportamento alimentare, le quali sognando un corpo come quello ritratto nei video potrebbero intraprendere un percorso alimentare potenzialmente deleterio. Sono sempre di più, infatti, i soggetti che si presentano come paladini della corretta alimentazione promuovendo stili di vita dannosi o che lo potrebbero diventare qualora non si venga seguiti da professionisti e per soggetti fragili come quelli soggetti a un DCA questi input possono avere un impatto molto negativo sulla vita causando un senso di inadeguatezza e tutto ciò li spinge a seguire canoni di bellezza irrealistici e a seguire trend come le così dette diete alla moda che oltre a non essere efficaci risultano dannose per la salute. Per quanto riguarda *Tumblr* si tratta sicuramente del social meno usato tra quelli citati ma risulta di particolare interesse se si vuole fare un discorso legato ai DCA. *Tumblr* è una piattaforma che consente di creare blog anonimi e non con una struttura di social network e quindi con una rete di lettori e seguaci con cui scambiarsi commenti, ma in modo anonimo ed è proprio questa natura anonima a dare in mano agli utenti una totale libertà di espressione per cui ognuno può scrivere e commentare liberamente proteggendo sempre e comunque la propria privacy. Tuttavia, questo anonimato presenta un enorme lato negativo dato dal fatto che rischia di rendere possibile la nascita di gruppi fortemente connotati da patologie come i famosi gruppi pro-ana e pro-mia, pagine che propongono delle sorta di sfide il cui scopo è perdere sempre più peso. Queste pagine sono caratterizzate da una descrizione in cui è scritto il peso di partenza che poi viene aggiornato di settimana in settimana con i vari progressi che vengono elogiati, in più in queste pagine avviene uno scambio di consigli fra utenti che riguardano escamotage per sentire meno la fame, che includono anche consigli di medicinali, lassativi o integratori, consigli su quali alimenti prediligere e in quali quantità e su quanto sport praticare per bruciare più calorie possibili. Da queste pagine sono spesso poi nati dei gruppi di "sostegno" per perdere più peso possibile su *Whatsapp* o *Telegram* in cui i titolari delle pagine pro-ana in cui si trova l'invito al gruppo pongono i criteri secondo cui si possa o meno rimanere a far parte del gruppo (solitamente si tratta di un certo quantitativo di peso da perdere in una settimana) e hanno il diritto di eliminare chi non riesce a raggiungere gli obiettivi prefissati considerandolo "non degno" (chi non perde quel certo quantitativo di peso nel tempo prefissato è automaticamente fuori dal gruppo). Questi gruppi esistono ancora oggi e sono veramente difficili da individuare e debellare in quanto si tratta di vere e proprie sette, ma grazie alla Polizia Postale negli

anni sono sempre di più le identificazioni e le denunce delle così dette istigatrici, che poi non sono altro che ragazze tra i 17 e i 25 anni vittime dell'anoressia e fondatrici delle varie pagine pro-ana.

Il più grande problema del *web* è che talvolta basta anche una “parola chiave” sbagliata e gli utenti possono imbattersi in pagine, siti e notizie nocive per la loro salute, soprattutto se si tratta di soggetti giovani e fragili. Risulta incredibile come possano diventare pericolose certe ricerche innocue e come siano in grado di spingere verso i disordini alimentari le ricerche sul web di parole di uso comune; queste ricerche possono, infatti, condurre gli utenti a pagine di velata o esplicita istigazione all'anoressia e alla bulimia che, come si scriveva, possono alimentare la vulnerabilità e condurre sulla via dei disturbi del comportamento alimentare persone deboli e insicure.

Cercando nella sezione *hashtag* di *Instagram* “corpo sano” vengono proposte all'utente quasi esclusivamente immagini di corpi magri e molto allenati o immagini di ricette o combinazioni di ingredienti poco calorici e dimagranti, mentre le immagini di fisici non scolpiti sono in netta minoranza. Una persona non affetta da DCA ma insicura, vulnerabile e giovane, magari nella fascia di età caratterizzata dai cambiamenti fisici, facendo una semplice ricerca come quella appena illustrata può essere fortemente condizionata e convincersi che un “corpo sano” sia solo ed esclusivamente un corpo magro e allenato e di conseguenza iniziare una dieta “fai da te” fatta di cibi privi di calorie e togliendo quasi tutti gli altri alimenti e iniziare ad allenarsi in modo esagerato per ottenere i risultati sperati il più velocemente possibile.

Un caso molto particolare è quello dell'*hashtag* “*fitspo*” (dall'inglese *fitness inspiration*) molto usato su *Instagram* durante il periodo del *lockdown*. Cercando questo *hashtag* si viene indirizzati su post che mettono in mostra corpi magri e allenati che di per sé non rappresentano un vero e proprio problema ma il problema sorge nel momento in cui si vanno a visionare i tantissimi altri *hashtag* sotto questi post: alcuni riferiti al cibo, altri all'abbigliamento, altri ancora alle caratteristiche fisiche così da poter raggiungere più utenti possibili. Tra i tanti *hashtag* quelli che saltano all'occhio sotto le foto in cui i corpi ritratti sono più magri di altri sono “*notproana*”, “*notpromia*” e “*antithinispo*” (“*thinispo*” era l'*hashtag* usato dalle pagine pro DCA) e quindi sembrerebbero post e di conseguenza account che non inneggiano in alcun modo ai DCA e che si dichiarano “*notprp*” ai DCA, ma allora perché condividere foto che ritraggono corpi così magri? La realtà dei fatti è che si tratta di pagine pro DCA nascoste dietro *hashtag* che dichiarano l'esatto contrario. Si tratta di una tecnica sviluppata da queste pagine che permette loro di condividere ciò che in realtà vogliono, ovvero post che inneggiano ai disordini alimentari, ma aggirando l'algoritmo di *Instagram* che da alcuni anni blocca le ricerche legate agli *hashtag* “*proana*” “*promia*” e “*thinispo*”. Queste pagine, come si accennava, mischiano questi finiti *hashtag* contro i DCA con tantissimi altri anche relativi a tematiche che non sono collegate

ai disordini alimentari come abbigliamento, scarpe e accessori e per questo motivo risultano ancora più pericolosi dato che in questo modo riescono a raggiungere un numero di utenti altissimo e anche utenti che non cercano post direttamente collegati all'alimentazione ed è quindi estremamente facile per un soggetti che naviga su Instagram incontrare pagine che più o meno velatamente si schierano a favore dei DCA.

2.3 Ruolo delle fake news nel panorama sull'alimentazione

Le fake sono di tantissimi tipi e riguardano anche mondi diversi e contesti diversi e uno dei più noti e "chiacchierati" e ricco di fake news è sicuramente quello dell'alimentazione in cui si può spaziare su qualsiasi tipo di fake perché, come si è visto, ce ne sono a tanti livelli e strutturate in vario modo e riguardano anche argomenti diversi. Si tratta di un ambito talmente ridondante di *fake news* che molte di queste sono state addirittura smentite da grandi organizzazioni come l'Istituto Superiore di Sanità che sul suo sito ufficiale ha anche una sezione interamente dedicata alle *fake news* su salute e alimentazione.

L'alimentazione, il *wellness* e il *fitness* sono argomenti di grande tendenza negli ultimi anni e sfortunatamente quando un tema è così popolare tutti si auto-attribuiscono il diritto di "dire la propria" e si sentono legittimati a trattare un argomento che non conoscono basandosi solo sul sentito dire e su un vociferare che di attendibile solitamente ha ben poco. Più un tema è popolare, più notizie circolano riguardo questo tema, più sarà necessario imparare a scremare le informazioni da cui siamo invasi sul web e non. Questa, come si può facilmente intuire, è una situazione già rischiosa di per sé ma diventa ancora più rischiosa e talvolta pericolosa quando si tratta di cibo e alimentazione perché sono diramazioni del campo più ampio della salute che è forse il tema più spinoso e delicato da trattare dato che la salute è inevitabilmente collegata in modo diretto alla vita delle persone.

Oggi è difficile capire quali informazioni siano affidabili e questo anche perché spesso si leggono informazioni contraddittorie, fonti diverse che dichiarano dati che sono l'esatto opposto tra di loro. Nel caso delle *fake* relative al cibo e all'alimentazione ritorna il già citato scopo economico nascosto dietro alle false informazioni; infatti, l'alimentazione è connessa a profondi interessi commerciali e quindi si va a diffondere ciò che conviene diffondere e quindi le informazioni vengono manipolate per perseguire interessi personali che nella maggior parte dei casi sono interessi economici. È diventato sempre più difficile capire cosa sia salutare e cosa non lo sia in questo flusso di informazioni approssimative e discordanti tra loro e in più i media non aiutano nella ricerca distorcendo molto spesso

le informazioni e facendo circolare notizie legate a risultati preliminari e quindi non completamente validi, ma solo probabili.

In più le persone tendono ad affidarsi a ciò che sentono senza fare ulteriori ricerche, perché spesso le informazioni e i dati messi in evidenza derivano da fonti che hanno tutte le carte in regola per essere attendibili, come i medici, che alcune volte, espongono al pubblico informazioni che in realtà sono solo ipotesi, perché non sono state scientificamente provate, omettendo quest'ultimo fondamentale dettaglio. Pertanto, un medico non può presentarsi in televisione e affermare, senza alcun dubbio, (come è successo con Luciano Pecchiai, primario dell'Ospedale Buzzi di Milano) che la causa dell'aumento della celiachia sia da attribuire alle caratteristiche del frumento moderno. Simili affermazioni necessitano di prove inconfutabili che siano frutto di ricerche scientifiche, anche se i medici spesso tendono ad affidarsi a determinati studi scientifici senza neppure assicurarsi della qualità dei dati e tendono ad utilizzare quelle ricerche capaci di fortificare la loro teoria, ignorando altri studi scientifici. Quando si è medico bisognerebbe porre ancora più attenzione a ciò che si afferma perché, come spiegano Bressanini e Mautino⁴⁴, “il potere mediatico del camice bianco a livello comunicativo è enorme. Dopo tutto mettiamo la nostra vita nelle loro mani”. In più, le persone sentendo certe parole pronunciate da un medico potrebbero sentirsi legittimate o, peggio ancora, incoraggiate nel mettere in atto autodiagnosi e terapie fai da te. La devastante reazione a catena che provoca una falsa affermazione, soprattutto quando si tratta di tematiche riguardanti salute e alimentazione, ha conseguenza estremamente pericolose perché poi queste fake riescono ad influenzare il parere delle persone e di conseguenza il loro comportamento e quindi i fruitori di tali informazioni rischiano di andare a adottare comportamenti inappropriati capaci di compromettere la loro salute. In più, come si sa, una notizia, soprattutto se falsa, si diffonde con una velocità talmente elevata che, poi, “rimarginare” la ferita che ha creato richiede troppo tempo, come è accaduto con le affermazioni di Pecchiai che hanno comportato una certa risonanza mediatica, tale da lasciare che si creda che i grani moderni siano da considerarsi responsabili dell'aumento di incidenza della celiachia tra le persone, sebbene non vi sia alcuna ricerca scientifica che confermi queste affermazioni. Pare dunque evidente che alcuni professionisti scelgano di non mettere al primo posto la salute delle persone avendo come fine ultimo quello di arricchirsi e quindi le informazioni vengono manipolate al fine di inseguire interessi personali, siano essi economici, come nelle maggior parte dei casi, o di altra natura⁴⁵.

⁴⁴ Bressanini Dario, Mautino Beatrice., “*Contro natura. Dagli ogm al bio , falsi allarmi e verità nascoste del cibo che portiamo in tavola*”. Rizzoli, 2016

⁴⁵ Bonaldi A, & Pezzana A. “*Alimentazione e salute: cosa c'è di vero?*” JAMD, 2016

Tra i tanti luoghi comuni e le *fake news* che riguardano l'alimentazione la prima, la più celebre a cui tutti hanno creduto almeno una volta nella vita è sicuramente: “l'ananas brucia i grassi”, quando in realtà l'ananas non brucia i grassi per cui questo è il grande falso mito, la grande *fake* di sempre che ha la sua origine nella bromelina, una sostanza che è nel gambo dell'ananas e che, in alcuni casi, può avere delle proprietà depurative, per cui si è creduto, o meglio, abbiamo voluto credere e in tantissime diete ancora si crede che l'ananas bruci i grassi che ovviamente sono impossibili da bruciare attraverso qualcosa che si mangia. Oppure un'altra *fake* che è stata addirittura smentita dai Coldiretti, è quella che classificava il kamut come una varietà di cereali, si parla infatti molto spesso di pasta di kamut, dei biscotti di kamut, ma la realtà è che il kamut non è una varietà di cereale, ma è un marchio statunitense registrato, che riguarda un'antica varietà di cereali che si chiama *corasan* e che è stato registrato come un qualsiasi altro tipo di marchio. Ora la circostanza che questa particolare tipologia di grano posseda alcune caratteristiche peculiari, non fa di questo grano una varietà di cereale. Un'altra *fake* molto celebre sull'alimentazione è quella che sostiene che le diete basate sulle intolleranze facciano dimagrire e che quindi, ad esempio, se si scopre, in seguito ad un esame delle intolleranze, di essere intolleranti al lattosio e si fa una dieta basandosi su ciò, si dovrebbe dimagrire, ma in realtà è falsissimo. Si tratta di un'informazione talmente falsa e di un argomento talmente importante che addirittura la Società Italiana di Diabetologia si è presa la briga di smentirlo, con studi alla mano, affermando che: “l'utilizzo di regimi alimentari restrittivi basati su test diagnostici di intolleranza e allergia alimentare per il trattamento di sovrappeso e dell'obesità è privo di qualsiasi fondamento scientifico”. Questo ancora una volta fa capire quanto poi siano le stesse organizzazioni che si rendano conto di quali sono le *fake* più diffuse nel loro campo e decidano di essere loro, in prima persona, con tutta la credibilità legata al loro nome, a smentirle: da tutte da quelle che possono sembrare più banali fino alle più importanti e gravi *fake* come quelle legate al mondo dell'oncologia.

2.4 Percezione del cibo, strategie di marketing e confusione

Nel 2016 Dario Bressanini (ricercatore universitario e docente di chimica e fisica presso il dipartimento di Scienze chimiche e ambientali dell'università di Como) e Beatrice Mautino (biotecnologa e divulgatrice scientifica) con il libro “Contro natura. Dagli ogm al bio, falsi allarmi e verità nascoste del cibo che portiamo in tavola”⁴⁶ mettono in luce quanta confusione esista sulle conoscenze legate al mondo del cibo e dell'alimentazione raccontando anche quanto possa cambiare

⁴⁶ Bressanini Dario, Mautino Beatrice., “Contro natura. Dagli ogm al bio, falsi allarmi e verità nascoste del cibo che portiamo in tavola”. Rizzoli, 2016

in base alle diverse strategie di marketing la percezione che le persone hanno su alcune tipologie di cibi. La maggior parte della gente ripone completamente la propria fiducia nei dati messi in evidenza dalle pubblicità non si “scomoda” a cercare ulteriori informazioni, a fare ricerche e ad accumulare dati da fonti attendibili senza sapere che, per ovvie ragioni, ciò che viene messo in luce nelle pubblicità è solo ed esclusivamente ciò che conviene mettere in evidenza all’azienda. L’educazione digitale già abbondantemente citata risulta fondamentale anche in questi casi in cui la fonte appare estremamente attendibile e questo è necessario non perché non lo sia ma perché non è trasparente e quindi mette in luce dati che sono sì attendibili ma che non rappresentano la totalità dei dati necessari ad avere una conoscenza corretta e completa. Ciò che è ancora più curioso è che i dati che vengono comunicati negli spot e nelle pubblicità cambiano anche in funzione del periodo storico e delle mode del momento e questo perché l’unico obiettivo è quello del profitto e per raggiungerlo seguire i trend è sicuramente la strada migliore. Le persone possono essere fortemente influenzate dalla pubblicità e dal marketing che in alcuni momenti decidono di esaltare le componenti di taluni alimenti e in altri momenti decidono di demonizzarli e questo comporta che la gente faccia affidamento solo su questo senza informarsi sugli ingredienti che caratterizzano alcuni alimenti leggendo articoli scientifici o ascoltando esperti del settore e questo risulta estremamente dannoso per la loro salute.

Un esempio particolarmente calzante per il discorso che si sta facendo è quello del glutine, alimento che negli anni è stato emblema di questo slittamento da esaltazione a demonizzazione. In passato il glutine veniva considerato “il miglio alimento per bambini, ammalati e convalescenti, prodotto di regime per obesi, gottosi, uricemici e diabetici” e questo prodotto che veniva promosso come miracoloso in realtà era semplice pasta a cui era stato aggiunto il 15% di glutine secco. In più la pubblicità di questa fantomatica pasta al glutine si soffermava molto sull’energia che il prodotto avrebbe fornito a bambini e ragazzi oltre che alle categorie di persone sopraccitate. Conoscendo bene la nostra epoca e sapendo che non appena si cita il glutine la maggior parte della gente lo demonizza, è facile capire che una pubblicità come quella della pasta al glutine non potrebbe mai diffondersi sui principali media e questo perché “il marketing continua a cambiare rotta, inseguendo le nuove possibilità di profitto che si profilano all’orizzonte”. Infatti relativamente al glutine nel contesto attuale rispetto al passato si osservano grandi cambiamenti come il sempre crescente numero di prodotti gluten-free in vendita o le svariate diete che non prevedono il glutine tra gli alimenti indicati ma che invece consigliano di evitarlo e tutto ciò ha portato in breve tempo a fare sì che il glutine passasse dall’essere richiesto da tutti i consumatori in quanto salutare all’essere disprezzato in quanto dannoso. Questa situazione si è verificata e continua a verificarsi perché la gente non sa cosa sia in realtà il glutine e Bressanini e Mautino danno dimostrazione di ciò riportando quanto emerso in un servizio del talk show americano Jimmy Kimmel Live. Durante la puntata vennero intervistate alcune

persone che si stavano allenando al parco a cui fu chiesto se seguissero una dieta gluten-free e quasi la totalità degli intervistati rispose di sì; successivamente venne chiesto a queste persone se sapessero cosa fosse il glutine e le risposte furono molto confuse tra chi ammetteva di non sapere cosa fosse, chi rispose “è qualcosa che fa male, contenuto nei cereali” e tante altre risposte su questa linea d’onda. Dunque, la domanda che sorge spontanea è: per quale motivo le persone decidono di mettersi a dieta demonizzando un cibo privandosene senza nemmeno sapere cosa sia? La realtà è che le persone si fanno influenzare da marketing e pubblicità talmente tanto da cessare di avere una propria opinione ma quello che non sanno è che la maggior parte delle imprese è interessata alla propria ricchezza e quindi quando sono le aziende stesse a finanziare le ricerche finalizzate ad analizzare le componenti di alcuni alimenti l’elemento del denaro è il motore della ricerca stessa e dunque le imprese non sono guidate dalla volontà di mettere in luce quali siano gli alimenti dannosi per la salute delle persone ma sono invece guidate dal potenziale profitto. Inoltre, circolano alcune informazioni fuorvianti spesso divulgate da aziende il cui obiettivo è incentivare il consumatore all’acquisto per aumentare il proprio profitto personale perché si preferisce la ricchezza e la disonestà, talvolta, alla salute. Si tratta di informazioni pericolose che rischiano di compromettere il benessere collettivo e probabilmente solo con il passare degli anni ci si renderà realmente conto di quanto la nostra salute sia stata compromessa a causa di determinati alimenti.

CAPITOLO 3

Il parere di un'esperta: intervista alla Dottoressa Sara Farnetti

3.1 La scelta di rivolgersi ad un'esperta del settore

Per trattare un argomento spinoso e delicato come lo stretto legame tra *fake news*, disinformazione, alimentazione e disturbi del comportamento alimentare si è reso necessario, nel corso delle ricerche finalizzate alla stesura della tesi, confrontarsi in prima persona con qualcuno che fosse quotidianamente a contatto con soggetti che sono vittime di questo circolo vizioso e che dopo essere quasi stati cannibalizzati dal processo deleterio descritto nei capitoli precedenti cercano un'ancora di salvezza che è impersonata da nutrizionisti, psicologi e altre figure mediche fondamentali. Così, per poter capire fino in fondo quanto potesse essere potente il vortice delle *fake news* sull'alimentazione che, ogni anno, causa un numero di vittime sempre crescente, e al fine di poter concludere al meglio l'esposizione del mio pensiero a riguardo ho avuto la gradita opportunità di poter incontrare e intervistare una delle personalità più acute e spiccate nell'ambito dell'alimentazione. Si tratta di una professionista del settore che negli ultimi anni con i suoi studi avanguardistici ha dato inizio a un processo di fondamentale cambiamento nell'ambito della nutrizione. Sto parlando della Dottoressa Sara Farnetti.

L'idea di concludere la tesi con questo ultimo e, per certi termini, singolare capitolo è nata la scorsa primavera dopo alcune settimane da frequentante attiva e incuriosita del corso aggiuntivo “Salute circolare, nutrizione funzionale e longevità sana” tenuto durante il secondo semestre del mio ultimo anno proprio dalla Dottoressa, per l'occasione Professoressa, Sara Farnetti. Contemporaneamente al corso, appena citato, stavo frequentando e avevo optato, come materia oggetto della mia tesi di laurea triennale, per il corso a scelta “Diritto di internet: social media e discriminazione” diretto dal Professor Falletta, e poiché entrambe le materie mi stavano incuriosendo ed appassionando ho iniziato a sviluppare l'idea di unire queste due discipline rendendo l'alimentazione la protagonista della mia tesi sulle *fake*



news. Nel corso delle ricerche finalizzate alla stesura del mio lavoro ho capito che la scelta migliore sarebbe stata quella di “lasciare la parola a un esperto” che con la sua conoscenza ed esperienza avrebbe potuto porre su un piano più professionale tutto quello che avevo scritto sino a quel momento. Inevitabilmente, la prima persona a cui ho pensato per mettere in atto questo mio progetto è stata la Dottoressa Farnetti che, generosamente, nonostante i suoi numerosissimi impegni, ha trovato il tempo di rilasciarmi l’intervista di cui avevo bisogno per porre il tassello finale al mio operato.

Per presentare brevemente colei che sarà protagonista di quest’ultimo capitolo prima di dare spazio a quanto è emerso dal nostro incontro risulta doveroso accennare ad un rapido *excursus* biografico della “nostra” intervistata. La Dottoressa Sara Farnetti è medico, specialista in Medicina Interna con PhD in Fisiopatologia della Nutrizione e del Metabolismo presso l’Università Cattolica del Sacro Cuore di Roma. Dal 2014 è Visiting Professor presso il Diabetes Research Institute della University of Miami - Miller School of Medicine. Le è stato conferito nel 2022 il dottorato Honoris Causa in Scienze Chimiche e Tecnologie Farmaceutiche e Nutraceutico-Alimentari presso l’Università degli Studi di Messina per «il notevole contributo allo studio della Nutrizione Funzionale, alla prevenzione delle Malattie del Metabolismo e al trattamento della Sindrome Metabolica». Nel 2011 e nel 2016 è guest speaker al TEDx e nel 2019 riceve il premio come una delle «100 Eccellenze Italiane». È leader nella ricerca nel campo della Medicina di Precisione e ideatrice e teorica della Nutrizione Funzionale, che studia l’effetto dei cibi sul metabolismo umano, l’equilibrio ormonale, l’espressione genica e l’infiammazione. È autrice di numerose pubblicazioni scientifiche e divulgative, attiva nel dibattito scientifico e mediatico a livello nazionale e internazionale. Ha pubblicato i bestseller “Tutto quello che sai sul cibo è falso” (Bur 2012), “Il tuo corpo ti parla” (Rai Eri 2018), “Mai più a dieta” (Bur 2018) e “Ricette funzionali” (Bur 2020).

3.2 L’intervista alla Dottoressa Sara Farnetti

In considerazione di quanto scritto sin ora di seguito si riporta una chiara, sintetica e poliedrica intervista che, come si accennava, mi ha rilasciato la Dottoressa Farnetti al fine di ricevere la sua opinione in merito ai molteplici argomenti trattati, più o meno nel dettaglio, nel corso delle pagine precedenti.

3.2.1 Qual è la sua opinione sulla diffusione di informazioni riguardo l'alimentazione su internet? E come distinguere quelle false da quelle attendibili?

L'alimentazione è sicuramente un tema che va di moda e quindi se ne parla troppo. C'è sicuramente una sovrapproduzione delle informazioni ed è complesso cercare di scernere le informazioni *fake* dalle informazioni attendibili. Ovviamente ci possiamo rivolgere a fonti che lo siano come un medico uno specialista. Io credo che anche l'eccessiva diffusione dei temi riguardanti la dieta e l'alimentazione, magari affidata ad operatori del settore, come i cuochi, gli chef o i nutrizionisti, che in realtà svolgevano o svolgono altre professioni, come personal trainer, possano essere stati in realtà causa di una denigrazione invece del ruolo del cibo che è un atto medico. Quindi sostengo l'utilizzo di certi strumenti, appunto, la nutrizione e quindi della divulgazione di temi relativi al cibo da parte di professionisti

3.2.2 Quali sono secondo lei le fake news sull'alimentazione più diffuse e a quali conseguenze rischiano di portare? Quanto la disinformazione abbinata alle notizie false riguardo all'alimentazione diffuse sul web possono influenzare le abitudini alimentari delle persone?

Sicuramente la diffusione di *fake news*, rispetto a ciò che riguarda l'aspetto nutrizionale della salute, porta conseguenze importanti perché le persone possono anche modificare il loro stile di vita seguendo quel *trend*: diete alla moda, diete che possono essere sbilanciate, squilibrate, ma soprattutto non efficaci. La dieta efficace è la dieta costruita sul soggetto, sull'*io* biologico; presuppone uno studio della persona e, soprattutto, ha la finalità di mantenere in salute la persona stessa. La dieta non è il fine, è il cibo ad essere il mezzo. Così, in questo senso, anche l'aspetto del *fitness* del *wellness* non è sicuramente propedeutico né di aiuto al fatto che il cibo debba essere considerato un atto medico o comunque debba essere sicuramente utilizzato in scienza e coscienza

3.2.3 Ritiene che l'incapacità di saper filtrare ciò che si legge sul web riguardo l'alimentazione, soprattutto da parte di soggetti giovani e fragili emotivamente, possa portare a conseguenze estreme come i disturbi del comportamento alimentare? E quanto, quindi, in base alla sua esperienza, i disturbi del comportamento alimentare dipendono o sono aggravati da fake news trovate sul web?

Ci sono anche tanti disturbi del comportamento alimentare che nascono come *trigger*: stimolati, riconoscono questa moda del cibo, nel senso che viene proposta sempre più in maniera incalzante una moda dietetica rispetto all'altra e quindi soggetti predisposti a disturbi del comportamento alimentare

sicuramente possono trovare un facile approdo a questi sistemi che, purtroppo, sono comunque poi deleteri. Ovviamente i disturbi del comportamento alimentare riconoscono un'eziologia del disagio, un'eziologia depressiva: non è il cibo la causa, però, sicuramente avere a disposizione e sentir parlare di strumenti dietetici o comunque di diete alla moda, che possano facilitare la perdita di peso non è utile. Quindi direi che come sono contagiose le sane abitudini, anche le cattive abitudini, a loro volta, possono essere contagiose. Cattive abitudini possono essere le diete iperproteiche, le diete ipoglicidiche, le diete mono alimento, la dieta dissociata, il digiuno sconsiderato, la dieta a blocchi, le quali, in realtà, non sono sbagliate *tout-court* : sono errate in quanto sono metodi che una persona sceglie in modo arbitrario rispetto a nulla, rispetto a nessuna diagnosi e quindi non sono finalizzati al guadagno di salute.

3.2.4 Nella sua esperienza professionale con quale frequenza riscontra nei pazienti la tendenza ad essersi affidati a notizie sul web o al “sentito dire” prima di rivolgersi ad un esperto? E quanto questo comportamento ha peggiorato la loro situazione clinica?

Probabilmente il cibo ha perduto la sua accezione medica e, quindi, in questo momento siamo di fronte a uno strumento nutrizionale un po' in mano a chiunque e per questo motivo c'è la tendenza a fidarsi di chiunque. Ricordiamoci, però, che, ogni volta, che mangiamo facciamo un atto importante e creiamo, costruiamo il nostro progetto ormonale, impattiamo con gli organi e sistemi ed è questa la ragione per cui non è banale scegliere un alimento o l'altro, un menù piuttosto che un altro, una tecnica di cottura o una tecnica di preparazione diversa. Certamente le persone con disturbi del comportamento alimentare hanno bisogno di affidarsi a un metodo, perché riescono, in questo modo, poi a seguire una linea molto stretta. Sicuramente in generale le persone si affidano prima a ciò che leggono piuttosto che a ciò che sentono dire da un professionista, perché il professionista lo debbono andare a cercare, se ne deve avere bisogno, così si ricorre al professionista che offre la consulenza su *Internt*. A volte il *web* in generale offre delle informazioni e il soggetto viene colpito, in maniera anche inconsapevole, e certe informazioni fanno breccia su soggetti più fragili, soggetti predisposti. E' per questo motivo che il soggetto deve prima filtrare l'informazione che riceve e poi chiedersi se quell'informazione è attendibile, quindi alertarsi e rivolgersi al professionista. Il professionista, è giusto precisarlo, non è chi fa la dieta, il professionista è chi viene contattato per un'esigenza terapeutica salutistica preventiva ed è il professionista che sceglie il mezzo. Ovviamente l'alimentazione è il mezzo principale per guadagnare salute, però, non possiamo scegliere la dieta per la dieta. Così non ha senso. Noi scegliamo un cambiamento dello stile di vita o nutrizionale perché vogliamo ottenere un risultato duraturo nel tempo che va al di là della perdita o del guadagno di peso

3.2.5 Da nutrizionista esperta, quali sono gli atteggiamenti tipici e più diffusi in soggetti affetti da disturbi del comportamento alimentare?

I pazienti che manifestano disturbi del comportamento alimentare si pongono in maniera sempre molto titubante rispetto alle nuove informazioni che ricevono. Hanno paura del cibo o vedono il cibo come nemico e, d'altra parte, quando c'è un comportamento tipo di disturbo controllato dell'alimentazione o la bulimia ovviamente da quella parte il paziente vede il cibo come ricompensa, rifugio, *comfort zone* e, quindi, eccede proprio per cercare di soddisfare certe esigenze che, poi, sono esigenze di benessere psichico, non fisico. Il problema, allora qual è? E', appunto, che il paziente ha sicuramente sempre delle remore ad iniziare un percorso diverso: l'anoressica perché ha paura di ingrassare, la bulimica perché ha paura di iniziare a mangiare e non poter più mettere in atto un comportamento d'eliminazione

3.2.6 Come i pazienti manifestano la resistenza alla terapia e cosa li spinge, a un certo punto, a superarla? Quali sono le principali paure che riportano nell'affidarsi a un esperto, dal momento che questo comporta l'abbandonare tutte le convinzioni che avevano fatte proprie nel tempo?

In un contesto come quello appena descritto, il terapeuta deve convincere in questo senso, anche, se volete, condizionare gli stili di vita del paziente in modo ovviamente sano, ripristinando un equilibrio. Deve guadagnarsi la fiducia del paziente e sotto questo profilo, possiamo dire che si tratta di una situazione empatica che si crea: pertanto il paziente si fida, il professionista dimostra al paziente che quel tipo di nutrizione non è una nutrizione che mina la salute nè tantomeno la forma fisica, ma che può essere utilizzata senza restrizioni o eccessi sconsiderati per stare bene. La resistenza che fa il paziente, quando si avvicina ad un professionista, è una resistenza, credo, un po' inumana: infatti si interviene per riuscire a scardinare un vizio, perchè anche quello è come se fosse un vizio, una dipendenza, anzi è una vera e propria dipendenza dal cibo in eccesso o in difetto. Così quello che si cerca è un modo per liberarsi dalla dipendenza: ci sono terapie comportamentali, terapie farmacologiche con psicofarmaci, perché ci sono sicuramente correlazioni con stati depressivi o attacchi di panico o problemi, comunque, legati a gravi stati d'ansia e poi c'è la terapia, diciamo, nutrizionale. Quest'ultima è l'aspetto internistico che cerca di tenere in considerazione l'effetto, a volte anche negativo, di certi comportamenti alimentari protratti nel tempo e si propone poi di risanare l'organismo, offrendo una strategia nuova, che in questo caso può essere funzionale, però non già finalizzata al guadagno di peso *tout-court* perché, all'inizio, può essere estremamente pericoloso e difficile entrare in contatto col paziente se si offre una strategia che possa far guadagnare peso. Occorre necessariamente adottare una strategia che possa ripristinare uno stato di benessere.

Conclusioni

Le *fake news* e la disinformazione sono a tutti gli effetti uno dei più grandi problemi del nostro tempo e lo sono ancora di più se viste in contesti delicati e precari come la salute o l'alimentazione.

All'interno dell'elaborato si percepisce, chiaramente, come ogni giorno siamo sottoposti ad un'infinità di notizie di cui più della metà sono false o comunque si possono classificare tra le così dette "acque torbide". Fortunatamente, in questi ultimi anni, si sta iniziando a prendere sempre più consapevolezza di una tale preoccupante realtà, e così esperti del settore stanno accendendo un faro sull'educazione digitale nel titanico tentativo di sanare, o almeno arginare, all'origine una problematica che, come una tempesta, rischia di travolgere e condizionare le vite di ognuno di noi ancor di più di quanto già non lo stia facendo.

E' stato importante, quindi, in questa ricerca offrire una descrizione dell'oggetto *fake news* e identificarne i caratteri essenziali, prendere atto che chi diffonde tali notizie abbia come obiettivo quello di alterare la formazione del consenso e che, ormai, sia concretamente possibile profilare in maniera precisa l'attività di ciascun utente per il tempo che questo rimane connesso alla rete perché chi detiene i dati (lecitamente o illecitamente) è in grado di fornire a ciascuno la propria notizia preferita in forza dei numerosi *bias* – primo fra tutti quello di conferma – che affliggono l'uomo⁴⁷.

La natura della questione, quindi, ha una portata ormai globale poiché la *fake news* è uno strumento particolarmente rischioso rispetto alla formazione genuina del consenso.

Si è reso, così necessario, anche una disamina dei principali approcci legislativi al fenomeno e sono state messe in evidenza le risoluzioni del Consiglio d'Europa per contrastare le *fake news* nonché si è proseguito con l'esame delle legislazioni adottate da alcuni degli Stati europei in materia, quali il modello francese e il modello tedesco. Ci si è, poi, soffermati sul quadro legislativo italiano, tra disciplina costituzionale interna e fonti convenzionali, e si è osservato che dei due d.d.l. presentati, il primo proponeva "la criminizzazione come *prima ratio* dell'intervento statale contro la diffusione di *fake news*"⁴⁸ mentre il secondo delineava, come freno alla disinformazione, un modello sanzionatorio amministrativo ispirato a quello tedesco. Alla luce di ciò, considerato che le norme in materia di fake news sono solo di tipo restrittivo e sono finalizzate a sanzionare i produttori di disinformazione poiché

⁴⁷ Tommaso GUERINI "Fake news e diritto penale. La manipolazione digitale del consenso nelle democrazie liberali" G. Giappichelli Editore -Torino, 2020

⁴⁸ Tommaso GUERINI "Fake news e diritto penale. La manipolazione digitale del consenso nelle democrazie liberali" G. Giappichelli Editore -Torino, 2020

tendono a colpire unicamente alcune zone sensibili dell'agire in rete, ma non sono sufficienti per tutelare l'utente, si ritiene determinante quanto suggerito, nel 2018, dall'allora Presidente del Garante per la Protezione dei dati personali, Antonello Soro "la tecnica deve essere progresso, in primo luogo umano e sociale e in questo senso è necessaria un'etica per gli algoritmi, da strutturarsi nel rispetto dei principi, in particolare di dignità e non discriminazione, fondativi dello Stato di diritto: la sostenibilità etica e giuridica della tecnologia diviene, oggi, una questione democratica cruciale"⁴⁹.

E' evidente, quindi, che, comunque, il potere di *Internet*, dei *social* e dei *media* in generale e i rischi ad essi connessi non sono mai da sottovalutare e questo vale soprattutto quando le notizie riguardano la sfera della salute (uno dei picchi più estremi di questo fenomeno si è avuto durante la pandemia) e la sfera dell'alimentazione. Internet, infatti, può diffondere consigli alimentari pericolosi, capaci di compromettere la salute delle persone, in modo grave e talvolta deleterio. La nostra società contemporanea è caratterizzata dall'incertezza; ciò rende più tortuoso e complesso, soprattutto per i più giovani, il percorso che permette loro di capire che tipo di persona vogliono diventare e di conseguenza si fidano di qualsiasi notizia accattivante trovino sul *web*. Questi sono elementi che in breve tempo possono causare l'insorgenza di disturbi del comportamento alimentare perché, come sostiene la Dottoressa Farnetti, costituiscono un facile approdo per soggetti predisposti.

Dunque, in conclusione, si può affermare con certezza che il nesso di causalità che lega il mondo della disinformazione e delle *fake news* con l'ampissimo spettro dei disturbi del comportamento alimentare è una delle più attuali e, purtroppo, ancora inesplorate realtà del nostro tempo. La soluzione a tutto ciò, a mio avviso, potrebbe sicuramente risiedere nella, già numerose volte citata, educazione digitale, così che ogni persona possa capire come filtrare le notizie e sappia scegliere accuratamente le fonti prima di diffondere a sua volta una notizia.

⁴⁹ Intervista ad Antonello Soro, Presidente del Garante per la protezione dei dati personali, di Andrea Ballochhi, "wisesociety.it", 18 Dicembre 2018

Bibliografia/Sitografia

- L. CANFORA, *La storia falsa*, Milano, 2008
- M. Bloch, *La guerra e le false notizie*, Roma 2014
- TUCIDIDE, *La guerra del Peloponneso*, I, Milano 2018
- R.DALE *Napoleon is Dead: Lord Cochrane and the Great Stock Exchange Scandal*, 2007
- C. DE MICHELIS, *Il manoscritto inesistente. I Protocolli dei savi di Sion*, II,ed Padova, 2004
- TEPJF, SP-REP- 143/2018
- <http://www.oxforddictionaries.com>
- <https://twitter.com/firstdraftnews/status/1450144896187240462>
- Mariya Gabriel, Commissioner responsible for Digital Economy and Society, High Level Expert Group on Fake news and online disinformation - January 2018
- S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral. (2018). The spread of true and false news online. *Science*.Vol 359, Iss 6380. Mar 09 2018
- Wason, P. C. (1960). *On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task. Quarterly Journal of Experimental Psychology*;
- Cicap, *Il pregiudizio di conferma*
- Nickerson, R. S. (1998). *Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. Review of General Psychology*
- Ana Lucía Schmidt, Fabiana Zollo, Michela Del Vicario, Alessandro Bessi, Antonio Scala, Guido Caldarelli, H. Eugene Stanley, Walter Quattrociocchi. *Anatomy of news consumption on Facebook*; - <https://www.pnas.org/content/114/12/3035>
- Università di Padova, Il Bo LIVE <https://ilbolive.unipd.it/it/vero-falso-questione-pregiudizi>
- “*Il business degli haters*”, Piazzapulita, la7
- Bufaleweb@gmail.com
- <https://twitter.com/PiazzapulitaLA7/status/971875326115635205>
- <https://www.davidpuente.it/blog/2017/04/13/bufala-la-sorella-della-boldrini-pensione-soli-35-anni-10-000e-al-mese/>

- <https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/fake-news/>
- John Zarocostas, How to fight an infodemic, February 29, 2020
- [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30461-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30461-X/fulltext)
- Tedros Adhanom Ghebreyesus, direttore generale dell'OMS, Conferenza di sicurezza di Monaco, 15 febbraio 2020
- <https://twitter.com/robersperanza/status/1224639611202306048>
- https://www.epicentro.iss.it/coronavirus/bollettino/Report-COVID-2019_5_ottobre_2021.pdf
- <https://www.facebook.com/Repubblica/photos/a.196989226150/10161721672816151>
- <https://www.iltempo.it/attualita/2021/10/21/news/rapporto-iss-morti-covid-malattie-patologie-come-influenza-pandemia-disastro-mortalita-bechis-29134543/>
- https://www.iss.it/comunicati-stampa/-/asset_publisher/fjTKmjJgSgdK/content/id/5868665
(25/10/20121)
- <https://www.newsguardtech.com/it/special-reports/coronavirus-misinformation-tracking-center/>
- <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-pratiche-disinformation>
- MONTI Matteo, 2019 “ *Il Code of Parctice on Disinformation dell'UE: tentativi in fieri di contrasto alle fake news*” Medialaw
- PANZA Alessandra, Sciacchitano Francesco, 2020 “ *Fake news e disinformazione online: misure internazionali*” MediaLaw
- Leessen Paddy, Tworek Heid “ *An Analysis of Germany's NetzDGad Law*” Transatlantic High Level Working Group on Content Moderation Online and Freedom of Expression, 2019
- D.d.l. n. 2688 del 07 Febbraio 2017. Il testo è consultabile in www.senato.it
- MONTI Matteo, 2017 “ *La proposta del ddl Zanda- Filippini sul contrasto alle fake news sui social network: profili problematici*” Diritti Comparati
- L.n. 249, 31 Luglio 1997, “ *Istituzione dell'Autorità per le garanzie delle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*”
- Vittorio Guidano “ *La complessità del sé*”, Bollati Boringhieri, 1988
- Vittorio Guidano, Giovanni Liotti “ *Processi cognitivi e disregolazione emotiva*”, Edizioni - Apertamenteweb, Roma 2018
- American Psychiatric Association, Ed. it. Massimo Biondi (a cura di), *DSM-5. Manuale diagnostico e statistico dei disturbi mentali*, Milano, Raffaello, Cortina Editore, 2014
- Bressanini Dario, Mautino Beatrice., “ *Contro natura. Dagli ogm al bio , falsi allarmi e verità nascoste del cibo che portiamo in tavola*”. Rizzoli, 2016

- Bonaldi A, & Pezzana A. *“Alimentazione e salute: cosa c’è di vero?”* JAMD, 2016
- Tommaso GUERINI *“Fake news e diritto penale. La manipolazione digitale del consenso nelle democrazie liberali”* G. Giappichelli Editore -Torino, 2020
- Intervista ad Antonello Soro, Presidente del Garante per la protezione dei dati personali, di Andrea Ballochhi, *“wisesociety.it”*, 18 Dicembre 2018

Ringraziamenti

Grazie a mia mamma, a mio papà e a mio fratello Tommy che, come sempre, sono stati accanto a me in un modo che solo loro sanno fare: consiglieri quando avevo un dubbio, porto sicuro quando mi sono sentita persa, braccia che mi stringono in un abbraccio, uno dei nostri abbracci, quando volevo esultare per un successo e sguardo orgoglioso sempre, anche quando ho sbagliato o quando sono caduta. Ed è stato grazie a questo loro modo di amare, così involontariamente perfetto per me, che ogni volta riscopro forza e determinazione. In questi anni, più che mai, ho capito che per quanto io possa essere fragile o vulnerabile accanto a voi non lo sono mai abbastanza da arrendermi perché, come mi insegnate ogni giorno, saper essere fragili è qualcosa di incredibilmente prezioso quando ci si ama incondizionatamente. E quindi, grazie alla mia famiglia nella quale imparo, con fierezza, giorno per giorno l'arte di essere fragile.

Grazie a Nonna Ada e a Nonna Maresa, che sono per me gli esempi più veri di determinazione e passione per la vita che ci siano. Voi vi appoggiate a me per camminare, ma io mi aggrappo alla vostra presenza nella mia vita ogni giorno per sorridere, perché attraverso i vostri occhi ogni cosa la apprezzo di più.

Grazie al Professor Pietro Falletta, che ha creduto in questo mio progetto e che è stato sempre più che disponibile per ogni mio dubbio.

Grazie alla Dottoressa Sara Farnetti e alla Dottoressa Linda Giannattasio che, parallelamente, hanno entrambe ispirato il mio lavoro e si sono poi mostrate anch'esse estremamente disponibili nei miei confronti.