

Alberto Nardelli L'esperto di BuzzFeed: "Sbagliato parlare di notizie false Il tema è la trasparenza"

ANDREA IANNUZZI, ROMA

Alberto Nardelli, giornalista di origini italiane che vive a Londra, è responsabile per l'Europa (Europe editor) dei contenuti di *BuzzFeed News*. Per chi non lo sapesse, *BuzzFeed* è il sito che nel gennaio scorso è stato tra i primi a parlare dei rapporti tra Donald Trump e la Russia, pubblicando un dossier riservato (non verificato) che fece molto discutere.

Nel suo lavoro di inchiesta Nardelli, che in precedenza aveva lavorato al *Guardian*, si è specializzato nell'analisi della disinformazione online, nei suoi molteplici aspetti: non solo le cosiddette "fake news" – cioè le bufale conclamate – ma soprattutto la propaganda e la mancanza di trasparenza.

Nei giorni scorsi, insieme al collega Craig Silverman, ha firmato un'inchiesta focalizzata sull'Italia, che analizzava la rete informativa – decine di siti e pagine Facebook – legata al network che fa capo a Giancarlo Colono e alla sua società Web365, che controlla 175 domini online.

BuzzFeed ha ricostruito i legami fra diverse testate indipendenti l'una dall'altra – alcune delle quali avevano milioni di interazioni su Facebook – dimostrando l'utilizzo di account falsi e alcune connessioni tra le pagine Facebook collegate a testate giornalistiche come *Diretta News* e *iNews24* e un'associazione ultra cattolica, indipendente da loro, denominata *La Luce di Maria*.

Alcune di queste pagine hanno distribuito in rete contenuti di propaganda anti immigrati e inneggianti alla supremazia degli italiani. A seguito dell'inchiesta, le pagine Facebook di *Diretta News* e *iNews24* risultano non più raggiungibili.

Nardelli, come nasce la vostra inchiesta?

«Siamo venuti a conoscenza di questa società italiana e abbiamo cominciato ad analizzarla. Ci abbiamo lavorato per una decina di giorni, incrociando diversi dati: la proprietà dei siti, gli identificativi Google, le pagine Facebook, le reti sociali connesse e la popolarità dei contenuti».

E cosa avete scoperto?

«Abbiamo ricostruito una rete di siti, tra i quali alcuni molto forti Facebook, che pubblicano notizie sensazionalistiche, anche sull'immigrazione, distribuendole attraverso diverse pagine».

Alcune di queste pagine sono state chiuse. Si aspettava una reazione così rapida da parte di Facebook?

«Non conosco i motivi che hanno spinto Facebook a chiudere le pagine, sono scelte che spettano alla piattaforma. Quello che posso dire è che esistono delle condizioni di servizio che vanno rispettate per evitare sanzioni. Per esempio Facebook vieta di utilizzare account falsi».

La vostra inchiesta ha

evidenziato legami con partiti o movimenti politici?

«No. I contenuti venivano promossi all'interno di gruppi di estrema destra ma non posso dire se ciò avvenisse per una finalità politica o perché si tratta di contenuti che – rifacendosi a una retorica di destra – hanno maggiori possibilità di essere cliccati in quegli ambienti».

È corretto dire che nel calderone delle cosiddette "fake news" si incrociano diversi piani e livelli?

«È così. Bisogna comprendere che per la maggior parte non si tratta di siti di fake news propriamente dette, cioè notizie inventate. Il grande tema è quello della disinformazione, che può intrecciare fake news, propaganda o profitto: certi contenuti tirano più di altri e contribuiscono ad alimentare il business di alcune società. In generale, il tema sul quale bisogna tenere alta l'attenzione è quello della trasparenza».

A proposito di trasparenza, alla vostra inchiesta ha collaborato Andrea Stroppa, consulente digitale di Matteo Renzi ed ex dipendente della società di informatica di Marco Carrai. Vi siete posti il problema della sua neutralità?

«La nostra trasparenza sta nel fatto che abbiamo scritto qual è il suo contributo e il lavoro di analisi e di verifica è stato svolto in modo indipendente da noi. Per noi è usuale partire da segnalazioni che possono arrivare da chiunque e poi verificarle e svilupparle. In una recente inchiesta svolta negli Stati Uniti, la fonte originaria era un blogger della cosiddetta "alt right" – la destra alternativa pro Trump – ma lo abbiamo trattato come qualunque altra fonte».

Dopo la vostra inchiesta e un articolo del New York Times sul rischio che l'Italia sia bersaglio di disinformazione, Renzi ha portato il tema delle fake news al centro della campagna elettorale. Lei che ne pensa?

«Non ho alcuna opinione in merito».

E invece dal punto di vista legislativo, del "cosa si può fare", qual è la sua opinione?

«Premetto che parlo a titolo personale e che le mie opinioni non coinvolgono BuzzFeed. Dobbiamo capire di cosa stiamo parlando. Troppo spesso si mescolano temi distinti e complicati con le fake news e la "Russia". Non dobbiamo confondere il dibattito sulla trasparenza con la libertà di espressione e prima di agire a livello legislativo bisogna pensare alle conseguenze. Un esempio di chiarezza è la Germania, dove sono previste sanzioni per chi non collabora alla rimozione di contenuti offensivi, ma lì c'è una situazione specifica di leggi molto forti in vigore contro l'odio offline, che si applicano alle violazioni online. Prima di immaginare interventi legislativi bisogna avere chiari i confini di quello di cui stiamo parlando».