

CAILIN O'CONNOR  
JAMES OWEN WEATHERALL

# L'ERA DELLA DISINFORMAZIONE

*Come si diffondono le false credenze*

---



FrancoAngeli

## **Tracce**

I nuovi passaggi della contemporaneità

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

CAILIN O'CONNOR  
JAMES OWEN WEATHERALL

# L'ERA DELLA DISINFORMAZIONE

*Come si diffondono le false credenze*

---



FrancoAngeli

Progetto grafico di copertina: Elena Pellegrini

Titolo originale: *The Misinformation Age. How False Beliefs Spread*  
Yale University Press, 302 Temple Street, New Haven, CT (USA)  
& 47 Bedford Square London WC1B 3DP (UK).

Copyright © 2019 by Cailin O'Connor and James Weatherall. All rights reserved.

Originally published by Yale University Press.

Traduzione dall'inglese di Pierluigi Micalizzi

1a edizione. Copyright © 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

*A Eva e Vera*



# Indice

---

Introduzione. L'agnello vegetale della Tartaria	pag.	9
1. Che cos'è la verità?	»	33
2. Polarizzazione e conformismo	»	67
3. L'evangelizzazione dei popoli	»	125
4. La rete sociale	»	191
Bibliografia	»	239
Ringraziamenti	»	273





# Introduzione.

## L'agnello vegetale della Tartaria

---

A metà del quattordicesimo secolo, tra i dotti del continente europeo cominciò a circolare il testo delle memorie di viaggio del nobile inglese sir John Mandeville<sup>1</sup>. Stando a quel resoconto, Mandeville aveva viaggiato in Asia Minore, in Nord Africa e in India, osservando molte cose sconosciute in Europa occidentale. Tra le meraviglie che ebbe modo di conoscere vi era un albero indiano che produceva frutti simili a una zucca, al cui interno si potevano trovare minuscoli agnelli in carne e ossa. Mandeville pretendeva di aver assaggiato questo frutto e di averlo trovato “maraviglioso”.

Egli non era il solo autore dell'epoca a riferire di queste piante singolari. Un frate italiano, Odorico da Pordenone, partito in missione per l'Oriente, riportò un'esperienza simile circa un trentennio prima di Mandeville<sup>2</sup>. Odorico non sosteneva di averne assaggiato il frutto, ma di esserne venuto a conoscenza da “persone fededegne” durante i suoi viaggi<sup>3</sup>.

Questi resoconti che raccontavano della “pianta d'agnello” (in seguito divenuta nota come “agnello vegetale della Tartaria”) catturavano l'immaginazione medievale. L'esistenza dell'agnello vegetale fu attestata dai più importanti naturalisti e dagli studiosi di botanica, molti dei quali asserivano di averlo studiato e di averne potuto osservare la lana.

Queste attestazioni proseguirono fino al diciassettesimo secolo e nei libri si riportavano gli studi di ibridi pianta-animale e animale-animale di cui l'agnello vegetale era solamente un celebre esempio (un caso analogo di animale immaginario che si trovava nei testi scientifici era quello della

“lepre cornuta”, che incredibilmente aveva le sembianze del jackalope, il mitico animale del Sud-Ovest degli Stati Uniti ritenuto ghiotto di whisky e capace di imitare le voci dei cowboy)<sup>4</sup>.

Anche al suo apogeo, l'agnello vegetale era oggetto di un certo scetticismo. Il barone von Herberstein, ambasciatore in Russia del Sacro Romano Impero, riferiva che inizialmente l'agnello vegetale gli era parso un animale mitico<sup>5</sup>. Approfondendo la questione, però, finì gradualmente con il convincersi della sua esistenza, soprattutto dopo che molti “uomini di fede” avevano descritto il gusto delizioso delle sue carni e la morbidezza della candida lana di questi agnelli-bacelli. I diversi resoconti che aveva ascoltato “differivano così poco” da persuaderlo che “questa faccenda deve contenere più verità di quanta avesse potuto immaginare”.

Naturalmente, quella pianta non esiste né è mai esistita. Nemmeno esistono gli altri ibridi. Ma sono serviti quasi quattro secoli dal resoconto di Mandeville perché i botanici e i biologi europei giungessero a ritenere l'agnello vegetale un mito. Nel 1683, Engelbert Kaempfer, naturalista svedese, su ordine di re Carlo XI, intraprese una ricerca sistematica in Asia Minore e stabilì una volta per tutte che gli agnelli vegetali non esistevano.

Come è stato possibile che, per secoli, gli studiosi europei potessero asserire – con apparente certezza e coscienza – che gli agnelli crescevano sugli alberi? Come è stato possibile che una credenza senza nessuna evidenza a supporto, una credenza che sarebbe dovuta apparire – vista l'esperienza disponibile in materia di piante e animali e l'evidente conoscenza diretta degli agnelli – semplicemente assurda, abbia potuto resistere per secoli?

Cosa ancor più importante, le dinamiche attraverso le quali quelle credenze si sono formate e propagate, persino tra i cosiddetti esperti, sono ancora presenti? Quali sono gli agnelli vegetali del nostro tempo e quanti di noi vi credono?

Il 26 settembre 2016, a circa sei settimane dall'elezione di Donald Trump alla Presidenza degli Stati Uniti, il sito web *ETF News* postò un articolo intitolato “Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump for President, Releases Statement”. L'articolo comprendeva una dichiarazione attribuita al pontefice, in cui egli affermava di sostenere Trump perché l'FBI non aveva perseguito per i suoi crimini la sua avversaria Hillary Clinton<sup>6</sup> (il direttore dell'FBI James B. Comey aveva annunciato il 5 luglio del 2016 che l'agenzia investigativa federale aveva concluso l'indagine relativa a un presunto uso di un server di posta elettronica per fini personali da parte della Clinton durante il suo mandato di Segretario di Stato. Poiché non aveva ravvisato alcun tentativo di violare le leggi, l'FBI rinunciava ad aprire un'inchiesta)<sup>7</sup>.

Secondo *ETF News*, il Papa avrebbe dichiarato: “L'FBI si è rivelata corrotta da forze politiche che sono diventate troppo potenti”. “Per quanto non sia d'accordo con Mr. Trump su alcune questioni, sento che votare contro le potenti forze politiche che hanno corrotto il governo federale americano sia l'unica opzione per una nazione che desidera un governo eletto dal popolo che agisca a favore del popolo”. L'articolo ha ricevuto like o è stato condiviso 960.000 volte tra la data in cui è stato postato e quella delle elezioni (il numero di persone che ha visto l'articolo e lo ha persino cliccato è probabilmente dieci volte superiore)<sup>8</sup>. Si è trattato della notizia relativa alle elezioni più condivisa su Facebook nei tre mesi precedenti alle elezioni<sup>9</sup>. Per converso, l'articolo con il maggior numero di condivisioni proveniente da una fonte di notizie autorevole dello stesso periodo è stato un editoriale del *Washington Post* intitolato “Trump's History of Corruption Is Mind-Boggling. So Why Is Clinton Supposedly the Corrupt One?”, con 849.000 condivisioni (ovviamente, anche questo pezzo era apertamente di parte e difficilmente catalogabile come “notizia” in senso ordinario, per quanto il resoconto dell'articolo rispettasse standard giornalistici più elevati della montatura di *ETF News*). Sem-

pre per mettere in risalto il contrasto: Hillary Clinton ha perso in diciotto Stati per meno di 250.000 voti e ha perso in Wisconsin, Michigan e Pennsylvania per meno di 50.000 voti. Se questi ultimi tre Stati avessero votato diversamente, Hillary Clinton avrebbe vinto le elezioni<sup>10</sup>.

Se il Papa avesse sostenuto Trump, la notizia, senz'altro meritevole di attenzione, sarebbe stata di grande rilievo e sarebbe stata diffusa da molte agenzie di informazioni. Ma ciò non è accaduto: l'intera vicenda era una montatura.

Il sostegno papale è stata la più grande "bufala" tra quelle elettorali, ma non si è trattato affatto di un'eccezione. Un'analisi condotta da Craig Silvermann di *BuzzFeed News* ha rivelato che le principali venti fake news diffuse nei tre mesi precedenti le elezioni hanno ottenuto like o sono state condivise su Facebook 8,7 milioni di volte. Nello stesso periodo, le venti principali notizie provenienti da fonti autorevoli hanno ricevuto like o sono state condivise solo 7,3 milioni di volte. In un altro studio, gli economisti Hunt Allcott della New York University e Matthew Gentzkow di Stanford hanno creato un database di fake news, 115 a favore di Trump e 41 a favore di Hillary Clinton, che complessivamente sono state condivise 38 milioni di volte nelle settimane che hanno preceduto le elezioni. I due studiosi hanno calcolato che queste condivisioni hanno generato centinaia di milioni di click. Allcott e Gentzkow hanno anche prodotto un elenco di siti web che diffondono fake news, che nell'insieme hanno totalizzato 159 milioni di visite tra l'8 ottobre e l'8 novembre<sup>11</sup>.

*ETF News* ha ottenuto un risultato particolarmente rilevante: cinque delle sue notizie sono entrate nella classifica delle prime venti e nel complesso hanno generato 3,5 milioni di condivisioni o like durante lo stesso periodo<sup>12</sup>. *ETF* era probabilmente la fonte di "notizie" più popolare di Internet nei mesi precedenti le elezioni. Tra i vari articoli disponibili, alcuni accusavano Hillary Clinton di vendere armi direttamente allo Stato islamico, altri asserivano che la giustizia federale le aveva vietato di candidarsi per la Pre-

sidenza, altri ancora affermavano che l'ex Direttore dell'FBI James Comey aveva ricevuto milioni di dollari dalla Clinton Foundation e infine alcuni resoconti informavano che il Presidente Barack Obama aveva dovuto tagliare lo stipendio del personale militare.

In un caso particolarmente interessante, una notizia di *ETF News* relativa alla giornalista e conduttrice televisiva Megyn Kelly è diventata un “trending topic” di Facebook ed è stata attivamente promossa dal sito. L'articolo sosteneva che la giornalista era stata considerata una “traditrice” ed era stata licenziata da *Fox News* per aver sostenuto Hillary Clinton (tra Kelly e Trump era cominciata una diatriba durante il dibattito delle primarie repubblicane del 6 agosto 2015, quando Kelly gli aveva chiesto in modo diretto spiegazioni in merito alle sue dichiarazioni denigratorie nei confronti delle donne. Le osservazioni successive di Trump lasciavano intendere che i giudizi critici della giornalista fossero da imputarsi al ciclo mestruale)<sup>13</sup>.

Nessuna delle vicende riportate su questo sito web era vera. Molte non erano nemmeno notizie originali, ma provenivano direttamente da altri siti di fake news. Per esempio, la notizia del sostegno papale alla candidatura di Trump era stata postata in origine sul sito *WTOE 5 News*, parte di una rete di siti web di fake news che alimentavano il traffico sostenendo che una serie di celebrità si sarebbe trasferita in diverse cittadine degli Stati Uniti (il sito non esiste più)<sup>14</sup>. Altri articoli sono stati prelevati parola per parola e senza alcuna attribuzione da siti come *supremepatriot.com* e *proudcons.com*. Per qualche motivo, però, le versioni postate su *ETF News* sono state condivise molto di più sui social media rispetto agli originali.

La persistenza e la diffusione della credenza dell'agnello vegetale sono in definitiva soltanto una innocua curiosità storica. Gli odierni “agnelli vegetali” sono invece una forza politica rilevante, non solo negli Stati Uniti ma anche nel Regno Unito e in Europa<sup>15</sup>. Negli Stati Uniti e nell'Unione Europea (UE) vive complessivamente quasi un miliardo

di persone e altri miliardi di persone sono interessate dalle politiche militari, commerciali e dell'immigrazione adottate in queste due aree del mondo. Qualunque cosa si possa pensare in merito all'elezione di Trump o all'uscita del Regno Unito dall'UE ("Brexit"), è decisamente inquietante pensare che questi eventi politici epocali siano stati contrassegnati da tante falsità. E ciò suscita una domanda seria e scomoda: la democrazia può sopravvivere in un'epoca di fake news?<sup>16</sup>

Questo è un libro dedicato alle credenze. È un libro sulla verità e sulla conoscenza, sulla scienza e sull'evidenza. Ma, soprattutto, questo è un libro sulle *false* credenze<sup>17</sup>. In che modo formiamo le nostre credenze, soprattutto quelle false? E, cosa forse ancor più importante, che cosa possiamo fare per cambiarle?

Potrà suonare come un truismo, ma pensiamo che valga la pena dichiararlo: le nostre credenze relative al mondo sono importanti. Sono importanti per le decisioni quotidiane. Mangiate sushi in gravidanza? Dipende: credete che gli acidi grassi omega-3 contenuti nel pesce favoriscano lo sviluppo cerebrale del nascituro? Credete che il mercurio contenuto nel pesce lo danneggerà? Pensate che in quel determinato ristorante si annidi il batterio della *Listeria*?

Le nostre credenze sono importanti anche per le decisioni che prendiamo in quanto società, decisioni che, tra l'altro, riguardano le politiche economiche, la salute pubblica e l'ambiente. Intendiamo ridurre le emissioni delle automobili? Dipende se crediamo che queste abbiano un impatto sulla salute pubblica e se le restrizioni si ripercuoteranno sulla crescita economica. Si vuole limitare il debito pubblico? Dipende se crediamo che il debito inciderà sul nostro benessere futuro.

Queste credenze non rappresentano una questione oziosa, proprio perché le decisioni che prendiamo basandoci su di esse hanno conseguenze reali. Se credete in qualcosa di falso, le decisioni che prenderete, probabilmente, non

produrranno gli esiti attesi e desiderati. Il mondo contrattacca. Se non credete che i pesci di grossa taglia dell'oceano contengano mercurio o se non credete che il mercurio sia nocivo, potreste quindi mangiare sushi in gravidanza e magari incrementare le probabilità di un avvelenamento fetale da mercurio. Se credete che un elevato debito pubblico sia un salasso economico, anche quando i tassi di interesse sono contenuti, voterete a favore di politiche volte a ridurlo, anche a discapito dell'erogazione di servizi pubblici o di nuovi pacchetti di incentivi.

L'importanza delle credenze che abbiamo delineato significa che le false credenze ci possono danneggiare. Il che rende ancor più sorprendente la loro persistenza.

Per capire perché le false credenze perdurano e si propagano, dobbiamo innanzitutto comprendere dove si formano. Alcune si formano a partire dalla nostra esperienza del mondo. Abbiamo mangiato i pomodori tante volte senza conseguenze evidenti e quindi non pensiamo che possano essere pericolosi (per inciso, si tratta di un aspetto di cui gli europei non hanno avuto consapevolezza per oltre due secoli; queste “mele velenose” sono state considerate un cibo pericoloso per molto tempo)<sup>18</sup>. Riteniamo che l'esercizio fisico regolare e che un numero sufficiente di ore di sonno abbiano un effetto positivo sul nostro umore, che il freddo faccia screpolare le labbra e che i gopher (roditori) possano essere distruttivi per il giardino.

Potreste ritenere che quando si nutrono *false* credenze – convinzioni in contrasto con le evidenze disponibili e di cui è noto il contrasto con tali evidenze – ciò accada a causa di qualche carenza nel processo di elaborazione delle informazioni che riceviamo dal mondo<sup>19</sup>. Può darsi che le false credenze siano la conseguenza di bias cognitivi o di “blind spot”, peculiarità psicologiche che ci impediscono di fare deduzioni attendibili a partire dalle nostre esperienze. O forse traggono origine da una mancanza di esperienza o da un'istruzione carente. O magari chi ha false credenze è semplicemente troppo stupido per vedere la verità, pur



avendone le prove davanti agli occhi. Spesso riteniamo che l'intelligenza sia una misura dell'efficacia con cui una persona riesce a trarre conclusioni logiche in diverse circostanze. Probabilmente, le false credenze indicano che una persona non trae le conclusioni corrette.

Questi fattori sono certamente in grado di spiegare il modo in cui si formano le false credenze. Ma focalizzarsi sulla psicologia individuale o sull'intelligenza significa pervenire a una diagnosi completamente errata delle modalità con cui le false credenze persistono e si diffondono. E ciò ci conduce a individuare i rimedi sbagliati. Molte delle nostre convinzioni – forse la maggior parte – hanno un'origine più complessa: si formano sulla base di ciò che gli altri ci raccontano. Ci fidiamo a vicenda e impariamo gli uni dagli altri. In fin dei conti, davvero i pesci di grossa taglia contengono mercurio? La maggior parte di noi non ha la minima idea di come verificare i livelli di mercurio, ci dobbiamo fidare delle informazioni fornite da altri.

Ciò è vero praticamente rispetto a ogni nostra convinzione scientifica. Se negli Stati Uniti si chiede se la Terra giri intorno al Sole o viceversa, la maggior parte degli intervistati risponderà che è la Terra a muoversi (secondo un sondaggio del 2012 condotto dalla National Science Foundation, lo farà il 74 per cento)<sup>20</sup>. Queste persone hanno (più o meno) ragione, ma lo fanno solo perché qualcuno glielo ha detto. Anche gli scienziati di professione tendono a operare su argomenti di ricerca specifici, che implicano un insieme ridottissimo di conoscenze umane, e quindi dipendono fortemente dagli altri per quanto attiene alla gran parte delle loro convinzioni scientifiche. Ciò significa che persino i maggiori esperti tra noi sono esposti alle false credenze, dovendosi basare sulla testimonianza altrui. Ricordatevi che furono gli scienziati e gli studiosi europei del medioevo a professarsi esperti dell'agnello vegetale e della sua "carne meravigliosa".

La capacità di condividere le informazioni e di influenzare le rispettive credenze fa parte di ciò che rende speciali

gli esseri umani. È ciò che consente lo sviluppo della scienza e dell'arte; di fatto, della cultura in ogni senso. Questa capacità genera però anche un dilemma. Come facciamo a sapere se fidarci di ciò che ci raccontano gli altri? Se qualcuno ritenuto "fededeigno" vi dicesse che l'agnello vegetale esiste davvero – o che il Papa ha sostenuto Donald Trump – gli credereste? Che ne direste se tutte le persone colte e intelligenti che conoscete credessero nell'agnello vegetale? Come reagireste se i vostri amici postassero articoli dedicati all'agnello vegetale sui social media e si prendessero bellamente gioco di chi nega che esso esista? Nella maggioranza dei casi, sarebbe sufficiente convincere la maggior parte delle persone che la questione è più veritiera di quanto si possano immaginare.

Quando si aprono canali di comunicazione sociale, ci si trova immediatamente di fronte a un compromesso. Se vogliamo ottenere quante più vere credenze è possibile, dovremmo credere a tutto ciò che sentiamo. In tal modo, tutte le credenze veritiere che passano attraverso la nostra rete sociale diventano anche parte del nostro sistema di credenze. Se intendiamo minimizzare il numero di false credenze, non dovremmo credere a *qualsiasi cosa*. Naturalmente, sarebbe meglio credere solo alle cose vere e mai a quelle false, ma per chi cerca di giudicare basandosi unicamente su ciò che sente dagli altri, è arduo distinguere il vero dal falso. La maggior parte di noi trova le credenze false laddove attinge anche a quelle vere e, se vogliamo le cose positive, rischiamo di doverci prendere anche quelle negative<sup>21</sup>.

In definitiva, ciò che spiega la persistenza dell'agnello vegetale nei testi medievali non ha nulla a che vedere con la botanica o con il mondo naturale. Si tratta di un fenomeno meramente sociale. Pensando alla credenza nell'agnello vegetale e alle fake news, dobbiamo comprenderne il carattere sociale e riconoscere che la menzogna diffusa è un corollario necessario ma pernicioso dei nostri strumenti più potenti per l'acquisizione delle verità.

Viviamo in un'epoca di disinformazione, un'epoca di travisamenti, marketing e menzogne vere e proprie. Ovviamente, la menzogna non è una novità, ma la diffusione intenzionale di informazioni false o fuorvianti è divampata nel secolo scorso, sospinta dalle nuove tecnologie per diramare informazioni – radio, televisione, Internet – e dall'accresciuta sottigliezza di coloro che intendevano ingannarci<sup>22</sup>.

Molta parte di questa disinformazione assume la forma della propaganda: materiale prodotto, spesso da un governo o da un'organizzazione politica, per promuovere un determinato punto di vista o per mettere in discussione una certa opinione. La propaganda condotta attraverso i mezzi di comunicazione di massa è uno strumento che i governi utilizzano da tempo per controllare i cittadini e per influenzare le sorti politiche dei loro avversari, sia a livello nazionale che oltreconfine. I fruitori di media europei e americani sono costantemente esposti agli strumenti di propaganda di media stranieri come il canale per la diffusione di notizie in lingua inglese *RT* (creato dal governo russo) e *Sputnik News*, che diffondono regolarmente notizie politiche relative a Stati Uniti e Regno Unito<sup>23</sup> (essi sono anche esposti ai media del servizio pubblico finanziati dai loro governi, come la BBC in Gran Bretagna). I media con una motivazione politica, da quelli con un "orientamento" di destra o di sinistra a quelli che si occupano di teorie complottiste, pettegolezzi e fake news, svolgono un ruolo pressoché analogo a quello dei mezzi di comunicazione propagandistici di Stato.

Tuttavia, la propaganda politica è solo una parte del problema. È spesso più pericolosa – perché vi siamo meno avvezzi – la propaganda *industriale*, che spazia dalla pubblicità, che è esplicitamente intesa a influenzare le credenze, alle campagne di disinformazione, che hanno l'obiettivo di minare le evidenze attendibili.

Un classico esempio di quest'ultima modalità di propaganda è la campagna delle multinazionali del tabacco della seconda metà del secolo scorso per bloccare e screditare le ricerche scientifiche che individuavano un legame tra il

fumo e il cancro al polmone (analizzeremo questo esempio in dettaglio nel Capitolo 3). I produttori di tabacco pagavano “esperti” per dare l'impressione che vi fosse molta più incertezza e molto meno consenso di quanti ve ne fossero in realtà. Questa campagna è riuscita a ritardare, per una generazione e più, la normativa e le iniziative di salute pubblica volte a limitare il fumo. Come documentano esaurientemente gli storici della scienza Naomi Oreskes ed Erik Conway nel loro libro *Merchants of Doubt*, i metodi usati per la prima volta dai produttori di sigarette sono stati imitati dall'industria dell'energia e dai suoi alleati nel mondo politico e della scienza per creare un'impressione di incertezza in merito alla gravità e alle cause del cambiamento climatico<sup>24</sup>.

Tutte queste fonti di informazioni volutamente parziali, fuorvianti e inaccurate – propaganda politica, media politicamente schierati, ricerca scientifica condizionata da interessi industriali – svolgono un ruolo importante nella creazione e diffusione di false credenze. Così come le false memorie di Mandeville, che hanno contribuito a promuovere un ampio consenso intorno all'agnello vegetale, le fake news e le false notizie scientifiche restano fonti cruciali di false credenze.

Ma la sola introduzione di disinformazioni non è in grado di spiegare la portata del consenso. A differenza del caso dell'agnello vegetale, le false credenze che riguardano i rischi del fumo per la salute pubblica hanno conseguenze gravi. Una prova definitiva del legame tra cancro e fumo richiedeva un'evidenza epidemiologica su vasta scala ed esperimenti accurati. Nel frattempo, moltissime persone nel secolo scorso hanno visto i loro cari – fumatori – andare incontro a una morte prematura e straziante. Questo è precisamente il tipo di esperienza diretta che dovrebbe incidere sulla credenza, a meno che non prevalgano altri fattori.

Come riescono i propagandisti ad avere la meglio sul peso dell'evidenza dell'esperienza diretta e di quella fornita dalle meticolose ricerche scientifiche, influenzando così le nostre credenze?