



Giunte e Commissioni

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 32

*N.B. I resoconti stenografici delle sedute di ciascuna indagine conoscitiva seguono una numerazione indipendente.*

**COMMISSIONE STRAORDINARIA PER IL CONTRASTO DEI FENOMENI DI INTOLLERANZA, RAZZISMO, ANTISEMITISMO E ISTIGAZIONE ALL'ODIO E ALLA VIOLENZA**

INDAGINE CONOSCITIVA SULLA NATURA, CAUSE E SVILUPPI RECENTI DEL FENOMENO DEI DISCORSI D'ODIO, CON PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA EVOLUZIONE DELLA NORMATIVA EUROPEA IN MATERIA

34<sup>a</sup> seduta: giovedì 16 dicembre 2021

Presidenza del vice presidente VERDUCCI

**I N D I C E****Audizione del coordinatore del Gruppo di lavoro sull'odio online**

PRESIDENTE . . . . .	Pag. 3, 8, 11 e <i>passim</i>		
PEROSINO (FIBP-UDC) . . . . .	8		
PIROVANO (L-SP-PSd'Az) . . . . .	9		
		DE BIASE . . . . .	Pag. 14, 13

---

*Sigle dei Gruppi parlamentari: Forza Italia Berlusconi Presidente-UDC: FIBP-UDC; Fratelli d'Italia: FdI; Italia Viva-P.S.I.: IV-PSI; Lega-Salvini Premier-Partito Sardo d'Azione: L-SP-PSd'Az; MoVimento 5 Stelle: M5S; Partito Democratico: PD; Per le Autonomie (SVP-PATT, UV): Aut (SVP-PATT, UV); Misto: Misto; Misto-IDEA-CAMBIAMO!-EUROPEISTI: Misto-I-C-EU; Misto-Italexit per l'Italia-Partito Valore Umano: Misto-IpI-PVU; Misto-Italia dei Valori: Misto-IdV; Misto-Liberi e Uguali-Ecosolidali: Misto-LeU-Eco; Misto-MAIE: Misto-MAIE; Misto-+Europa - Azione: Misto-+Eu-Az; Misto-PARTITO COMUNISTA: Misto-PC; Misto-Potere al Popolo: Misto-PaP.*

*Interviene, ai sensi dell'articolo 48 del Regolamento, il coordinatore del Gruppo di lavoro sull'odio online, professor Luca De Biase.*

*I lavori hanno inizio alle ore 13,05.*

#### *SULLA VARIAZIONE NELLA COMPOSIZIONE DELLA COMMISSIONE*

PRESIDENTE. Onorevoli colleghi, informo che il Presidente del Senato, in data 13 dicembre 2021, ha chiamato a far parte della Commissione la senatrice Fiammetta Modena, in sostituzione della senatrice Anna Carmela Minuto, cessata dal mandato parlamentare.

A nome di tutti i commissari auguro buon lavoro alla senatrice Modena.

#### *SULLA PUBBLICITÀ DEI LAVORI*

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'articolo 33, comma 4, del Regolamento del Senato, è stata chiesta l'attivazione dell'impianto audiovisivo a circuito chiuso, nonché la trasmissione televisiva sui canali *web-TV* e satellitare del Senato della Repubblica, e che la Presidenza del Senato ha già preventivamente fatto conoscere il proprio assenso.

Se non si fanno osservazioni, tale forma di pubblicità è dunque adottata per il prosieguo dei nostri lavori.

Avverto inoltre che la pubblicità della seduta odierna è assicurata anche attraverso il Resoconto stenografico. Il ricorso a tale forma di pubblicità è stato autorizzato dal Presidente del Senato, considerato il peculiare rilievo dell'indagine conoscitiva.

#### *PROCEDURE INFORMATIVE*

##### **Audizione del coordinatore del Gruppo di lavoro sull'odio *online***

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sulla natura, cause e sviluppi recenti del fenomeno dei discorsi d'odio, con particolare attenzione all'evoluzione della normativa europea in materia, sospesa nella seduta del 14 dicembre.

Saluto i colleghi che parteciperanno in videoconferenza e, tra essi, la nostra Presidente, la senatrice Liliana Segre.

La seduta odierna prevede l'audizione del professor Luca De Biase, coordinatore del Gruppo di lavoro sull'odio *online* e direttore del Media

ecology research network di Reimagine-Europa di Bruxelles, che ringrazio per la sua presenza di cui siamo molto lieti.

Do ora la parola al nostro ospite per la sua relazione introduttiva.

*DE BIASE.* Signor Presidente, è un grande onore essere qui tra voi.

Non mi dilungherò con l'illustrazione della mia relazione perché vorrei dare più spazio ad eventuali domande.

*Media ecology* è l'espressione chiave attraverso la quale cercherò di spiegare quello che ho da dire, tentando di essere il più pratico possibile.

Suppongo che non vi aspettiate da me un approccio giuridico, dato che, alla fine dei conti, sono un giornalista che studia tanto. Non sono uno psicologo che spiega quali sofferenze provocano gli atteggiamenti di odio; non sono nemmeno un costituzionalista che può aiutare a capire i confini e gli equilibri tra i diritti, il diritto di espressione, il diritto di essere lasciato in pace e quant'altro; sono però – come credo tutti voi – straordinariamente colpito e sofferente per come si è sviluppato un modo sociale di essere nei *media* digitali che per molte persone sono diventati difficili da vivere, specialmente quando queste si trovano a entrare nel mirino di chi usa la rete per sfogarsi o per creare condizioni di violenza con la quale pensa di qualificare la propria identità digitale.

Di fatto, ho visto che ci sono due grandi modi di pensare la questione dell'odio *online*. Da una parte si possono prendere i *post* contenenti i messaggi di odio, vedere da dove provengono (perché sono tanti) e come si possono frenare; oppure, si può cercare di comprendere il sistema che li favorisce. Io sono più propenso al secondo suggerimento; seguire il primo, infatti, sarebbe come cercare di fermare il crollo di una diga con un dito.

È un problema incredibilmente complesso. È noto – perché lo dice lo stesso Facebook – che ogni giorno si bloccano e si cancellano 300.000 messaggi di odio, 26 milioni a trimestre. Facebook afferma che questi numeri corrispondono al 97 per cento del totale, ma studi interni del *social media* emersi grazie ad alcuni *whistleblower*, come Frances Haugen, ma anche grazie ad alcune inchieste giornalistiche fantastiche come quelle del «The New York Times» o del «The Wall Street Journal», rilevano che questi 26 milioni di messaggi d'odio a trimestre in realtà non rappresentano il 97 per cento ma solo il 5 per cento del totale. Questi dati ci fanno pensare che probabilmente non possiamo fermare, contrastare o nemmeno comprendere il problema prendendo i *post* uno per uno, perché la questione è gigantesca. Tra l'altro, un ulteriore elemento che spiega la differenza tra il 97 per cento di messaggi che Facebook dichiara di bloccare e il 5 per cento che invece risulta dagli studi è la modalità con cui vengono bloccati: c'è una intelligenza artificiale che interviene riconoscendo le parole, i concetti e le allusioni solitamente legati ai messaggi d'odio – di cui su Facebook è pubblicata una lista – e bloccando questi ultimi. Questo primo passaggio è seguito da un secondo in cui alcune migliaia di persone – l'anno scorso erano 3.500 – intervengono manualmente. È però emerso, ad esempio in India, che dopo un po' di tempo questi operatori sviluppano disturbi psicologici pazzeschi in quanto con-

trollare messaggi mostruosi come quelli che sono chiamati a bloccare comporta loro grandi sofferenze.

Insomma, è una gigantesca valanga e pensare di fermarla con automatismi o con individui che bloccano i messaggi o quant'altro è una pretesa piuttosto irrealistica, evidentemente difficile.

È chiaro che è necessario pensare a quale sia il sistema che favorisce questa situazione e a cosa sia possibile fare per ostacolarlo, almeno nei grandi numeri, anche perché Facebook, come tutte le altre piattaforme, non sa riconoscere tutti i messaggi d'odio di base. Faccio l'esempio della persecuzione dei Rohingya in Birmania che ha determinato una vera e propria pulizia etnica in una parte del Paese. Ebbene, tutta la preparazione è avvenuta su Facebook: non si è trattato di istigazione all'odio razziale ma di una organizzazione di procedure atte a eliminare questa popolazione, a costringerla alla fuga. Il problema è stato che i messaggi erano scritti in una lingua che l'intelligenza artificiale di Facebook non conosceva e quindi nulla è stato bloccato. Sono migliaia le lingue che l'intelligenza artificiale non conosce in quanto questa funziona imparando da traduzioni già note; ad esempio, la grande intelligenza artificiale di Google è partita dalle traduzioni dei testi del Parlamento europeo, ma le lingue minori, quelle più particolari, che non hanno un *corpus* di traduzioni significativo, non vengono captate dall'intelligenza artificiale. Al momento in Etiopia sono quattro le lingue sconosciute a Facebook che vengono utilizzate per agire violenza e Facebook è comunque una piattaforma presente in tutti questi territori che per funzionare non ha bisogno di conoscere tutte le lingue parlate.

Quali sono dunque le dinamiche che abbiamo scoperto? Si è svolto un grande dibattito all'interno del gruppo di lavoro istituito dal Governo precedente su iniziativa del Ministero della giustizia, del Ministero per l'innovazione tecnologica e del dipartimento dell'informazione e dell'editoria presso la Presidenza del Consiglio dei ministri. Sono stati chiamati a partecipare diversi esperti e anche gente come me e si è discusso per un anno sulle grandi notizie come quelle che vi ho riportato, sui ragionamenti in merito agli equilibri tra i diritti e sulla ricerca di soluzioni per garantirli tutti (che ci voglia equilibrio nella tutela dei diritti lo sappiamo, ma non è per niente semplice capire come raggiungerlo).

Posso raccontarvi di azioni da attivare a diversi livelli. Noi siamo immersi nel mondo digitale: ogni giorno le persone navigano in Internet sei ore, stanno sui *social* tre ore e guardano il telefono tra le 80 e le 200 volte (praticamente ne sono costantemente attratti); siamo quasi sempre connessi perché il cervello vuole essere continuamente *online*. Immersi in questo mondo digitale noi interpretiamo l'ambiente nel quale ci troviamo – questo è il concetto che vi esprimevo prima – ed è attraverso questo ambiente digitale che noi percepiamo il mondo. La nostra mano ha una protesi che ormai – voi lo sapete – è parte del nostro corpo; anche la Corte suprema degli Stati Uniti ha affermato (parafrasando in breve) che il telefono è parte dell'anatomia umana; quindi questo ormai è il nostro modo di essere. Siamo diventati in parte digitali e il nostro ambiente o, comunque,

la nostra dinamica culturale, il nostro modo di pensare sono profondamente influenzati da questo sistema.

Siamo appunto in un ecosistema, in un contesto che può essere compreso meglio se consideriamo l'approccio ecologico. La *media ecology* è l'approccio attraverso il quale vediamo l'insieme complesso nel quale ci troviamo. Non abbiamo risolto niente, però è un approccio che aiuta poi a scegliere le vie di intervento, anche rispetto, ad esempio, alla questione del *climate change*, che è il tema principale attraverso cui si affronta la questione originaria dell'ecologia: è un insieme complesso di azioni che dobbiamo attuare – dalla lampadina agli Accordi di Glasgow – e anche in tale ambito, credo, arriveremo a definire una varietà di azioni da adottare. Infatti, non risolveremo tutto chiudendo Facebook o facendo lezione a scuola; queste sono tutte azioni che si possono prendere in considerazione, ma l'insieme, la strategia che dobbiamo adottare, dovrà essere pensata. Spero che il Senato del mio Paese voglia prendere in considerazione non solo azioni di tipo culturale o di tipo normativo: spero che voglia anche attivarsi nell'ambito della diplomazia internazionale e nel dibattito europeo con suggerimenti e consigli, perché è di tutto questo che c'è bisogno.

È chiaro che si pone la questione strategica di come relazionarsi con le megapiattaforme che hanno delle responsabilità e non ne sono esenti: non possiamo pensare che siano dei *software* neutri utilizzati dalle persone per fare ciò che vogliono. Non è così; di fatto non è così. Gli algoritmi di raccomandazione con i quali ormai le piattaforme gestiscono il tempo degli individui comportano una conseguenza chiarissima e molto studiata, la radicalizzazione delle posizioni: quando si rileva l'interesse di una persona per un certo contenuto, questo stesso contenuto le viene offerto in maniera sempre più massiccia, sorprendente e ingaggiante, perché lo scopo, il modello di *business* delle piattaforme è mantenere le persone connesse e prendere il loro tempo e la loro attenzione per venderli alla pubblicità. Non c'è dubbio che ci riescano e infatti, da giornalista, ho visto la nostra pubblicità sparire dai giornali per andare sulle piattaforme. Questa è una realtà e funziona così.

Gli algoritmi hanno tutto il diritto di esistere, ma comportano una responsabilità. Riguardo la comprensione di queste situazioni, Twitter ha dimostrato un atteggiamento molto più aperto rispetto al gruppo Facebook. Sapete che anche Twitter ha una vista algoritmica e una vista non algoritmica: da Twitter si possono disattivare le impostazioni di *default* e scorrere i *post* secondo una cronologia, dall'ultimo in poi; in base alle impostazioni di *default*, invece, l'algoritmo propone quello che secondo Twitter interessa di più l'utente. Alcuni studi hanno dimostrato che quando le persone usano l'algoritmo sono più propense a ritwittare i *post* estremi, in particolare quelli di destra (lo dice lo studio, non lo dico io). Facebook conduce gli stessi studi al suo interno ma non li comunica, non ne parla, salvo poi emergere attraverso i *whistleblower*, quei dipendenti che non ne possono più di vedere cose così tremende e le rivelano all'esterno uscendo dall'ufficio e portando con sé della documentazione – come ha fatto

Snowden – che poi consegnano ai giornali, così come accaduto con i *Facebook file* pubblicati negli ultimi mesi dal «The Wall Street Journal», dal «The Guardian» o da altri ancora che hanno raccontato una realtà terrificante della quale vi ho dato qualche cenno. Questi, quindi, non sono più *software* neutri e sono in parte responsabili.

Noi – dico noi intendendo i sistemi democratici occidentali – dal tempo di Clinton e Gore in poi abbiamo lasciato nella deregolamentazione la crescita di queste piattaforme; solo molto dopo abbiamo lentamente iniziato a stabilire delle regole. La prima grande regolamentazione intervenne, come sapete, con Napster che utilizzava un *software* neutro che i ragazzi usavano per scambiare *file* musicali. Napster fu accusata dalle etichette discografiche di appropriazione indebita della proprietà intellettuale e fu considerata responsabile perché in qualche modo incoraggiava tale reato. In seguito si è cominciato a regolamentare le piattaforme con maggiore impegno e i *software* non sono più neutri. Ora esiste una strategia, che in Europa è stata ben precisata, che vede l’emanazione di norme che le piattaforme devono poi applicare in un regime di autoregolamentazione, un po’ come è successo con il diritto all’oblio: a Google è stato imposto di organizzarsi autonomamente per fare in modo di garantirlo. Ora però si vuole passare alla coregolamentazione, cioè vogliamo entrare in gioco come Commissione, come sistema democratico europeo, e discutere su come vengono fatte le cose su queste piattaforme. Questa è una strada, è una grande strategia, è una cosa importante. Ovviamente è una sola delle tante questioni che si devono affrontare.

L’ambiente digitale si è dunque sviluppato intorno alle grandi piattaforme che, come sappiamo, sono tutte algoritmiche, da Facebook a Instagram, WhatsApp, Twitter, TikTok. La stessa YouTube, che è di Google ma che è sempre un *social network* che condivide video e che con il suo sistema algoritmico suggerisce ulteriori video, si è trovata coinvolta nelle inchieste sui comportamenti radicalizzati delle persone: la storia del famoso complotto QAnon in America è stata costruita prevalentemente su YouTube. Allora, come sistema democratico dobbiamo entrare nel funzionamento di queste piattaforme e dobbiamo farlo con grande competenza; dobbiamo imparare a discutere con questa gente. Tra l’altro, non ne sanno molto neanche loro stessi: Mark Zuckerberg nel 2015 si è dato il compito di leggere due libri al mese; lo ha fatto, però non è che ne sia uscito profondamente diverso, dopodiché, trascorso il suo anno con due libri al mese, ha cambiato proposito per l’anno successivo. Il nostro compito invece è interloquire con loro sui punti chiave, su come funziona l’algoritmo. È chiaro però che finché le piattaforme vivono di pubblicità, questa è soltanto una delle possibilità che abbiamo, ma rischiamo che si vada nella direzione di una scarsa qualità del contenuto: è evidente, infatti, che qualunque contenuto va bene purché attragga l’attenzione e se abbiamo capito qualcosa dell’essere umano è che l’attenzione si attiva sia per le sublimità, ad esempio la Cappella Sistina, sia per le bassezze, purtroppo. Dobbiamo costruire delle alternative.

L'Europa ha avuto un'idea eccellente per favorire la nascita di alternative. L'articolo 20 del GDPR, il regolamento generale sulla protezione dei dati, stabilisce il diritto per i cittadini europei di scaricare i dati personali da tutte le piattaforme esistenti in formato *standard* e di trasferirli su piattaforme concorrenti. Dissi a Giovanni Buttarelli che questa regola non si sarebbe potuta far rispettare in assenza di uno *standard* e di piattaforme concorrenti e che quindi, più che una regola, era un suggerimento e in effetti, lui stesso confermò che si trattava più che altro di un suggerimento, di un'opportunità. Ma questo diritto esiste, è stato stabilito, e dobbiamo farne qualcosa e ciò significa che qualcuno deve cogliere l'opportunità che ci è data dalla normativa e fare in modo che le future nuove piattaforme siano facilitate nell'utilizzare i dati già accumulati dalle vecchie piattaforme per non partire da zero e proporsi quindi come soggetti già forti con modelli di *business* diversi. Faccio l'esempio del modello a sostegno libero ideato da Jimmy Wales, il cofondatore di Wikipedia e WikiTribune: si possono versare volontariamente dei soldi per sostenere la piattaforma oppure la si può sostenere attraverso forme di abbonamento senza pubblicità; in questo caso non ci sono tentazioni algoritmiche particolari o tendenze alla radicalizzazione perché si fa qualcosa per cui si è pagato un abbonamento. Far partire questi modelli sarà decisivo, così come decisivo sarà creare una biodiversità in questo ecosistema.

In conclusione, è necessario dare indicazioni alle famiglie, alle scuole e alle aziende e creare azioni globali: così come tra tutti i Paesi del mondo discutiamo per la tutela del clima, allo stesso modo dovremo occuparci della *media ecology* a livello internazionale e con una vista di lunga durata e di collaborazione.

PRESIDENTE. Ringrazio il professor De Biase per il suo intervento assolutamente interessante.

Do ora la parola ai colleghi che intendano intervenire.

PEROSINO (*FIBP-UDC*). Signor Presidente, professor De Biase, ho avvertito molto equilibrio nella sua relazione e mi complimento perché su questo argomento non è facile averne.

Da qualche parte ho letto che, tra le fonti del diritto, Facebook e WhatsApp hanno battuto di parecchie misure il famoso «me l'ha detto mio cugino». Mi domando se questo fenomeno, deleterio per tanti aspetti perché peraltro cresce in maniera esponenziale, sia qualcosa di transitorio. Io utilizzo questa piattaforma per quanto dobbiamo usarla noi «persone di mondo» che rivestono un incarico pubblico, seppure *pro tempore*, ma lo faccio con discrezione e con misura. Ci sono però persone, che conosco e che considero degli analfabeti di ritorno – lo dico con carità cristiana – che su Facebook hanno trovato una estrema facilità di esprimersi; praticamente la predisposizione del cervello è stata studiata affinché attraverso questi strumenti fosse per tutti facile esprimersi e lo fosse anche proprio per quel tipo di persone, che magari scrivono per tre o sei mesi e poi improvvisamente smettono, perché capiscono che è inutile, che è

tempo perso, o perché, dopo avere ecceduto in qualche affermazione, hanno ricevuto minacce di querele. A tal proposito, non so se esistano dati in merito, forniti magari da studi legali e tribunali, ma credo che i numeri di cause legali generate da questo fenomeno siano in crescita esponenziale; bisognerebbe verificarli.

Le propongo poi un'altra riflessione. In questa Commissione ognuno esprime le proprie idee e, dunque, lo dico in base alle mie convinzioni: ritengo che tutto questo sia in parte opera del diavolo, e lo dico anche in ambienti cristiani; sul telefonino, su Facebook, su Twitter Dio non c'è. Può darsi che mi sbagli, ma il diavolo opera anche in questo modo, e da cristiano tradizionalista credo che sia così.

Ad ogni modo, il fenomeno è alquanto complesso, se consideriamo che il telefonino ormai è una parte del corpo umano, come dicono in America, visto che i bambini nascono con una predisposizione pazzesca e imparano ad usare quell'oggetto ben prima di altri. Alla luce di tutte le considerazioni e le constatazioni che si fanno, che contengono tutte un po' di verità (almeno in base alla propria esperienza personale), lei pensa che sia qualcosa di temporaneo o che, visto anche l'avvento del 5G e del 6G, ci sarà una ulteriore degenerazione? Quello che stiamo vivendo ora porterà ancora a qualcos'altro, a una Babele? Possiamo infatti ben dire che in parte è già così.

Un'ultima constatazione. È vero che si tratta anche di un *business*, perché c'è di mezzo la pubblicità e ci sono di mezzo anche molti consumi, tra i quali il consumo di energia: chi segue Greta – la seguo anch'io, laddove posso – dovrebbe tenere presente quanto sia immane il consumo di energia per l'utilizzo di questi strumenti. E consideriamo, inoltre, anche quanto tempo si perde per stare su Facebook o su altre piattaforme. Pertanto, in termini economici è un costo o è anche un ricavo per qualcuno? Dov'è il vantaggio e dove lo svantaggio?

Le osservazioni sarebbero ancora molte e credo che la seduta odierna sia utile. La ringrazio per quanto potrà dirmi nelle sue risposte.

PIROVANO (*L-SP-PSd'Az*). Professor De Biase, il suo intervento è stato molto interessante perché ha toccato aspetti meno tecnici ma secondo me più vicini non solo al nostro sentire ma anche a quello di tanta gente che comincia a capire che c'è un problema.

All'inizio del suo intervento ha usato la parola «sofferenza», precisando giustamente che occuparsi della sofferenza non è il suo lavoro. Io credo che si tratti di sofferenza in senso lato, perché parliamo di sofferenza sia morale che fisica. Lei ha fatto l'esempio del popolo Rohingya, abbastanza significativo ed eclatante in quanto tale popolazione ha veramente subito una persecuzione fisica.

Parliamo però anche della sofferenza percepita dalla singola persona e di quella che aleggia nei *social*. Naturalmente è una sofferenza che varia in base alla sensibilità di ognuno e io stessa, quando leggo accuse o cattiverie rivolte ad altri – che li conosca o meno – provo sofferenza e anche un senso di impotenza perché non siamo ancora riusciti a risolvere il pro-

blema, non solo noi qui (anche se consapevoli che da soli non possiamo risolvere una questione globale) ma anche altrove.

Peraltro, ho letto che alcuni profughi del popolo Rohingya hanno intentato causa a Facebook che ha ammesso di non avere saputo gestire la situazione. Credo sia proprio questo il punto. Va bene ammetterlo, ma serve a poco ammettere di avere avuto una responsabilità e al tempo stesso non fare nulla per dare una prova tangibile del proprio dispiacere per quello che ha patito la gente: si parla di migliaia di morti e di centinaia di migliaia di profughi. Ora quindi i profughi rifugiatisi negli Stati Uniti e in Gran Bretagna hanno intentato una causa per la quale chiedono 175 miliardi di dollari. Ritengo che questo sia importante proprio dal punto di vista delle responsabilità, proprio perché Facebook – ma avrebbe potuto essere anche un altro *social network* – è stato il mezzo attraverso il quale è stato organizzato un genocidio, sia pure non voluto dalla piattaforma. Durante questa indagine conoscitiva abbiamo ascoltato interventi importantissimi in cui si è parlato della percezione dell'odio *online* e di quanto, in percentuale magari anche minima, tale odio si trasforma in violenza reale. Nel caso dei Rohingya, però, abbiamo un esempio concreto di come una piattaforma abbia contribuito, ovviamente suo malgrado, a perpetrare una violenza fisica.

Un altro aspetto interessante è il fatto che Facebook ruba il tempo. Credo che qui stia forse la grande differenza con Internet in generale. Io ho un'età per cui ricordo ancora l'avvento di Internet: sembrava incredibile poter digitare una parola sulla tastiera del *computer* e trovare così informazioni. Era l'aspetto positivo di questo strumento. Ma Internet prende il nostro tempo, anche attraverso le *e-mail* e in qualsiasi lavoro si faccia, dalla politica alla gestione di una attività imprenditoriale. E Internet ruba il tempo anche perché ci rende tutti raggiungibili, ma mentre se si utilizza la posta elettronica o il telefono il confronto è ancora uno a uno (io mi interfaccio con una persona che mi chiama o che mi scrive, senza essere aperta al mondo ventiquattr'ore su ventiquattro), la parte di tempo che invece rubano i *social network* è folle, a pensarci bene.

Ieri sera ho rivisto un pezzo del film «The Truman show» che avevo visto tanti anni fa e che non ricordavo benissimo. È un film del 1998 che, rivisto oggi, non può non suscitare preoccupazione. All'epoca lo scenario ritratto sembrava impossibile, mentre oggi mi chiedo quanto di questo film possa essere accomunato alla vita nei *social* dove non è che siamo protagonisti a nostra insaputa: noi siamo consapevoli di far parte di un sistema in cui lasciamo che tutto sia pubblico. Ma, come diceva il collega Perosino, c'è modo e modo di usare i *social*. Molti di noi li usano per svolgere il proprio mestiere, molti cercano di contingentare le informazioni, ma c'è anche chi posta la foto del proprio bambino o racconta dove è stato in vacanza o cosa gli è successo a casa. Nella realtà, nella maggioranza dei casi, è come se la nostra vita fosse costantemente di dominio pubblico. C'è sempre qualcun altro che, leggendo i nostri *post*, guardando i nostri video, le nostre storie e le nostre foto, vive la nostra vita. Noi siamo dei piccoli Truman, consapevoli di fare spettacolo per altri. C'è chi lo

fa per passare il tempo, per svago, e c'è chi lo fa invece con un obiettivo ben preciso che può essere anche quello economico, che è il fulcro del problema, secondo me, o anche con l'intento di propagare odio.

Arriviamo quindi al punto principale, cioè l'aspetto economico. Sappiamo infatti che, quando gestendo un mondo intero dentro un piccolo telefono arrivano soldi – tanti, tanti soldi – il nostro lavoro diventa più complicato: è infatti difficile per noi e per i nostri omologhi degli altri Paesi, e a tutti i livelli coinvolti, tentare di regolamentare questo mondo perché, quando intervengono interessi economici, qualsiasi cosa si faccia per imporre delle regole automaticamente influisce, in modo diretto o indiretto, anche sui profitti. Se l'attività che determina un profitto per Facebook viene regolamentata e attraverso le regole i *social* venissero ripuliti di tanto materiale che non dovrebbe esserci, il guadagno non sarà più 1.000 ma 500 e allora sarà difficile che i gestori sostengano una regolamentazione. Partiamo comunque dall'Italia e arriviamo a tutto il mondo.

È un lavoro enorme da portare avanti, ma credo che farlo sia una nostra responsabilità oggi e una responsabilità di chi sarà membro di questa Commissione, del Senato e del nostro Parlamento dopo di noi e dei rappresentanti parlamentari di tutti i Paesi del mondo che hanno a cuore questo problema.

Abbiamo all'orizzonte la prospettiva del cosiddetto metaverso, che è un'idea a mio parere agghiacciante: un conto è la coabitazione con la realtà normale, ma l'impressione è che per il metaverso quella di inglobare la realtà non sia una facoltà quanto sempre più un fatto. Quando si dovrà scegliere se entrare o meno nel metaverso, chi non ha interessi economici non avrà un grande interesse a farlo, ma una persona che ha esigenze lavorative, così come ora in tanti le hanno su Facebook, anche la più piccola attività dovrà inserirsi nella piattaforma altrimenti non ci sarà guadagno o il guadagno sarà comunque molto contenuto. Come si potrà decidere di non entrare nel metaverso, cioè in un mondo totalmente virtuale in cui si entra in un negozio, si comprano cose e si vedono persone in modo totalmente virtuale? Come si farà a dire di no a questo scenario? E poiché questo accadrà, perché questo percorso non si può fermare, bisogna regolamentarlo e, se non lo facciamo ora, quando questo accadrà probabilmente sarà troppo tardi.

Il professor De Biase ha fornito delle informazioni veramente molto interessanti, perché ha fatto dei collegamenti che forse fino ad ora, per certi aspetti, non erano stati evidenziati. Quindi veramente lo ringrazio perché è stato molto bello ascoltare una panoramica così completa.

**PRESIDENTE.** Professor De Biase, aggiungo alcune considerazioni ricollegandomi senza dubbio alla sua relazione ma anche agli interventi dei colleghi, in particolare quello della senatrice Pirovano che mi sembra abbia individuato il punto sensibile dell'oggetto al centro della nostra indagine conoscitiva e dei lavori della nostra Commissione.

Come diceva la senatrice Pirovano (e voglio dirlo anch'io con nettezza, rifacendomi alla sua relazione), lei nel nostro Paese – e non solo;

lo dico con cognizione di causa – è uno degli esperti più importanti della rete e delle sue dinamiche e non può in alcun modo essere annoverato tra gli scettici o tra coloro che hanno tentazioni luddiste nei confronti di questo mezzo; anzi, lei è un sostenitore della rete e delle sue potenzialità e tutto il suo lavoro scientifico e pubblicistico è legato all’innovazione e alle grandi potenzialità di tale strumento.

Oggi, però, lei sta dicendo con grande chiarezza a tutti noi, a questa Commissione e, per suo tramite, al Parlamento, di fare attenzione perché c’è un problema gigantesco: c’è una valanga che, se dovesse tracimare, potrebbe travolgere le nostre democrazie. Lo ha detto con grande nettezza e io lo voglio rimarcare, dottor De Biase, perché in queste sue parole così nette io ritrovo i principi che sono alla base della mozione istitutiva della nostra Commissione. Nelle premesse di questo atto noi abbiamo affermato che siamo in presenza di una crescente spirale dei fenomeni di odio, di intolleranza, di istigazione all’odio e quindi di discriminazione e che siamo consapevoli di come questa trovi spazio e propagazione nei mezzi di comunicazione, in particolare nel *web*, e di come tutto questo dia origine a isolamento e a emarginazione e di quanto ciò sia un problema enorme per la nostra convivenza, per la tenuta sociale, per la qualità e per la tenuta stessa della nostra democrazia. Di fronte a tale problema non possiamo girarci dall’altra parte. Per questo è stata istituita la nostra Commissione.

Lei poi ci dice anche una cosa in più, da esperto autorevole, facendo riferimento non a sue sensazioni ma a studi indipendenti, che ha citato e che le chiedo la cortesia di inviarci. Sulla base di questi studi, che saranno utili per il prosieguo dei lavori della nostra Commissione, lei ha affermato oggi qualcosa di fondamentale rilievo per noi: attenzione, i dati che forniscono le piattaforme non sono attendibili. Mi riferisco alla percentuale a cui corrispondono i 26 milioni di *post* rimossi. Si tratta della quasi totalità, come dichiarano i gestori dei *social media*, o invece, come rilevano gli studi da lei citati, corrispondono a una percentuale pressoché minoritaria e insignificante? Qui sta il rischio dell’inattendibilità delle piattaforme: un problema democratico enorme di fronte alla mancata regolamentazione, un problema presente anche negli Stati Uniti d’America e rilevato anche prima che esplodessero le inchieste giornalistiche dei cosiddetti *Facebook file*. Ricordo a tale proposito che audiremo in questa sede anche la signora Haugen che ha denunciato il *social network* nel quale ha a lungo lavorato accusandolo non solo di non limitare quanto viene raccontato, cioè i discorsi discriminatori, ma addirittura di utilizzare algoritmi che deliberatamente li incentivano perché quei discorsi di istigazione all’odio portano ad un aumento esponenziale delle interazioni – un aumento incomparabilmente più alto rispetto a quello registrato per i discorsi che potremmo definire generici – e quindi, attraverso l’aumento delle interazioni, ad una maggiorazione degli introiti commerciali.

L’aspetto che lei dunque evidenzia relativo all’inattendibilità di alcuni dati delle piattaforme scopre la questione che abbiamo di fronte che non è l’espressione di istigazione all’odio discriminatoria del singolo

individuo, un'espressione certamente pericolosa che va denunciata (qualunque problema, per poter essere affrontato, va enunciato, come stiamo facendo e come lei ha fatto in questa sede) e non è nemmeno la sua emulazione (l'istigazione all'odio da parte del singolo può portare ad un fenomeno di emulazione o anche di banalizzazione del discorso d'odio che è di per se stessa pericolosa): di questo siamo consapevoli e dobbiamo capire come contrastare questa dinamica. Qui però c'è un elemento assolutamente più gigantesco: all'interno di un quadro, che lei ci ha descritto, che ritrae un ecosistema digitale assolutamente totalizzante e che arriva ad aderire completamente, addirittura nella forma, al mondo in cui viviamo – per cui esistiamo soltanto all'interno dell'ambiente digitale, altrimenti non esistiamo – dovendo tale ambiente inseguire dei profitti, lo fa deliberatamente attraverso la propagazione dei discorsi di istigazione all'odio che sono discriminatori nei confronti delle minoranze e che quindi vanno a ledere i diritti democratici di eguaglianza, di non discriminazione e di rispetto assoluto della dignità della persona. In assenza di tutela di questi diritti, vi è emarginazione ed esclusione e, quindi, si determina il rischio che questo ambiente finisca per essere assolutamente incompatibile con le nostre democrazie.

È un tema, ripeto, gigantesco, tant'è che dopo l'assalto a Capitol Hill le commissioni d'inchiesta parlamentari degli Stati Uniti d'America hanno audito innanzitutto proprio le cosiddette Big Tech per interrogarle sulle loro presunte responsabilità. Quindi sul legame tra il ruolo delle Big Tech e la tenuta democratica si interrogano tutti.

Tutto questo è potuto avvenire in assenza di regolazione. Stiamo quindi prendendo atto che non può bastare l'autoregolamentazione di fronte ad effetti distorsivi del mercato, che sono evidentissimi. Allora mi chiedo: se davvero c'è bisogno – come mi pare lei abbia rimarcato – di un intervento normativo per arrivare ad una coregolamentazione, come intende debba essere formulato tale intervento del diritto pubblico e del legislatore per raggiungere questo obiettivo? Come dovrebbero rafforzarsi le azioni delle autorità indipendenti sulla comunicazione che fino adesso hanno avuto a loro disposizione strumenti assolutamente inadeguati per poter svolgere un efficace ruolo di contrasto alla propagazione dei discorsi discriminatori e di istigazione all'odio?

Prego, professor De Biase, le do la parola per la replica.

*DE BIASE.* Signor Presidente, sono contento di essere risultato utile. Sono davvero tanti gli argomenti di cui parlare. Cerco di sceglierne alcuni perché mi sembra che siamo sulla stessa lunghezza d'onda e condividiamo più o meno le stesse informazioni.

È vero, presidente Verducci, io sono assolutamente favorevole ad Internet, che considero una grande opportunità per noi. Facebook è nato nel 2004 e quindi ha circa diciassette anni, ma ai tempi della nascita di Facebook c'erano molte alternative tra i *social network*: ricordo che fino al 2008 Facebook era in competizione con altre sette o otto possibilità; poi, come sempre avviene in questi casi, il vincitore è sempre uno solo.

Quando però si crea una nuova categoria e nasce una nuova idea da promuovere su Internet, non è mai vero che chi è grande prima lo è anche dopo. È rarissimo. Google ha tentato di fare *social network* in tutti i modi possibili e non ci è riuscito; così Facebook, che ha tentato (per adesso senza riuscirci) di diventare anche un polo commerciale, ma c'è Amazon. Per ogni macrocategoria di solito sono in pochi a vincere e diventa difficile competere. La grande competizione in questo mondo nasce proprio sulla creazione di una nuova categoria, di un nuovo tipo di attività da sviluppare su Internet. Airbnb è nata dal niente: poteva farlo Facebook e non l'ha fatto. Uber poteva essere sviluppata da Amazon, ma non è successo. Nasce una nuova idea che crea un nuovo mercato.

Io sono convinto che la prima strada, quella più bella e quella più luminosa, sarà creare nuovi posti, sani, nei quali stare *online* per recuperare il valore di scambiarsi conoscenze e di accrescere opportunità educative. Noi non abbiamo mai risolto – per adesso è chiaro che è così – il tema enorme del *lifelong learning*; viviamo in un mondo in cui dobbiamo aggiornarci costantemente per essere adeguati a un lavoro che tecnologicamente continua a metterci in difficoltà dal punto di vista dell'obsolescenza delle nostre competenze, ma la piattaforma che ci aiuti ad essere sempre aggiornati nella nostra formazione ancora non esiste e se ci sarà dovrà essere necessariamente di grande qualità. Noi possiamo crearla e questa è una grande opportunità. Internet crea opportunità a tutti i livelli. Prendiamo l'esempio della medicina narrativa: soffro perché mi hanno perseguitato su Internet; dove vado? Dobbiamo creare, e creare cose, nuove, belle, luminose, e si può fare. Questo è il punto forte di Internet, questa è la sua bellezza.

È chiaro che se ci fossilizziamo su quello che c'è, perdiamo Internet nella sua sostanza, cioè nella sua capacità di suggerirci innovazione, nella possibilità di creare innovazione.

Il secondo aspetto che voglio ribadire, e che conoscete davvero meglio di me, è che chi odia è lui stesso una persona che soffre; si odia perché si soffre. La cosa terribile è il soggetto che sfrutta chi soffre per usare quest'ultimo come arma politica ed economica contro qualcun altro. Questo è ciò che succede. La cosa terribile è che hanno imparato a usare gli algoritmi e i sistemi messi a disposizione dalle piattaforme per raccogliere gente che soffre, disponibile a odiare, e buttarla addosso ai nemici politici. Questo non è odio, questa è violenza, e Facebook fa molti soldi con tutto questo.

Quindi, se dobbiamo normare, dobbiamo occuparci di queste bande armate, cioè di coloro che usano Facebook come arma. Non vi è dubbio, però, che questo deve essere fatto con i principi dell'equilibrio. Se qualcuno dice qualcosa che ha diritto di dire, può dirla, anche se è orribile. Questa è la democrazia. Se però organizza una banda armata per fare violenza, questo non è ammissibile e siccome è sulla piattaforma che si organizza, è a questa che dobbiamo prestare attenzione.

Se pensiamo alla coregolamentazione come soluzione, bisognerebbe capire come queste piattaforme collaborano, ma se sono inattendibili si-

gnifica che non collaborano; Twitter collabora e ci consente di conoscere i dati più di quanto non faccia Facebook.

A Pisa, dove insegno, esiste un grande centro di ricerca su *big data e* intelligenza artificiale che partecipa a un *network* globale di cui OCSE e i Governi di Canada e Francia sono iniziatori; si tratta di un tavolo globale di discussione al quale siamo presenti a livello accademico ma nel quale dobbiamo esserci come Paese. E una delle proposte scaturite dal confronto in questo *network* è quella di chiedere, pretendere e ottenere dalle piattaforme di consentire ai nostri scienziati di osservarle dall'interno e esaminare i loro dati. È qualcosa che neanche Twitter concede: Twitter rende noti i suoi studi ma noi vogliamo vedere cosa succede al suo interno e vogliamo farlo con le nostre persone che sono indipendenti. Questo farebbe parte della coregolamentazione, perché dobbiamo far capire che i dati che hanno non sono roba loro. E questo è un altro aspetto della questione. Sono molte le discussioni su cosa siano i dati personali; sicuramente non sono patrimonio di chi li registra. C'è chi dice che sono il frutto del «lavoro» che le persone fanno su Facebook; l'economista Maria Savona, che insegna alla University of Sussex e ora tiene un corso anche alla LUISS – potreste audire anche lei per avere chiarimenti più precisi su questo argomento – sostiene che sui dati deve esserci il *copyright*, perché si tratta di un'opera di ingegno personale. Questa è un'ottima idea, perché significa che partendo da questo presupposto è possibile concedere il proprio *copyright* alla piattaforma affinché ne faccia il proprio *business*, magari in cambio di un servizio gratuito; questo ha senso, ma i dati rimangono del singolo individuo, perché sono la sua opera di ingegno. Possono essere diverse le impostazioni, ma se stabiliamo comunque che i dati non sono della piattaforma ma sono di chi li ha prodotti – e il GDPR lo afferma perché stabilisce il diritto della singola persona di scaricarli dalla piattaforma – allora dobbiamo conoscerli e studiarli insieme e a quel punto è possibile coregolamentare a ragion veduta i problemi che sorgono, stabilendo che anche le autorità democratiche possono essere consapevoli quanto le piattaforme di quello che succede.

È chiaro che la piattaforma fornisce un servizio di comunicazione che produce reddito; ma una volta che questo è stato fatto e che sono stati accumulati tutti quei dati e queste conoscenze, non è che a un certo punto diventano rendita? Certo che lo diventano, e allora li trattiamo come rendita e non come normali profitti. E se sono una rendita, allora possono essere investiti in conoscenze e in altre piattaforme, in presenza di una coregolamentazione razionale, e a quel punto non si capirebbe più per quale ragione noi dovremmo garantire una rendita eterna ad aziende che una volta hanno avuto una bella idea imprenditoriale. Che senso ha?

Poi c'è anche il problema di sapere come funzionano le intelligenze artificiali, uno dei grandi temi della nostra epoca. Sappiamo che le intelligenze artificiali apprendono ma non sappiamo come lo fanno e quali banchi contengono nel percorso di apprendimento. Solo dopo noi riusciamo ad accorgerci che i criteri adottati sono discriminanti per genere o per condizione sociale o quant'altro; sono meccanismi che scopriamo solo in un

secondo momento perché non sappiamo come funzionano all'origine. È chiaro che lavorare, conoscere insieme, coregolamentare significa fare in modo che gli studiosi e gli organismi delle nostre democrazie a cui affidiamo i compiti di vigilanza siano al corrente quanto le aziende e le piattaforme di ciò che accade al loro interno. Noi abbiamo istituito delle *authority* meravigliose, però lavorano separatamente. In questo ambito non ci dovrebbero essere confini: l'Antitrust, l'Agcom, il Garante della *privacy* dovrebbero lavorare insieme, perché il tema è sempre lo stesso. Sono sicuro che lo farebbero se ci fosse una direzione chiara. Abbiamo ormai capito che le piattaforme diventano monopoliste, è qualcosa di organico: se per fare una determinata cosa tutti usano quella piattaforma, questa diventa un monopolista.

È da questo punto di vista, quindi, che bisogna interpretare la questione della coregolamentazione che, secondo me, non significa entrare nella definizione di cosa sia un messaggio d'odio, che è qualcosa di molto complicato; è molto meglio stare sulle dinamiche, sui sistemi strutturali che incentivano certi comportamenti. Se navigate in WikiTribune, una piattaforma molto meno utilizzata, potreste osservare che è frequentata da tutte persone perbene; non trovereste un discorso mal fatto perché anche lì, come osservava il presidente Verducci, interviene l'emulazione: ci si trova insieme agli altri e ci si comporta come si comportano gli altri. Ricorderete che in America, a New York, uno dei posti più violenti al mondo, una delle misure che hanno cambiato la situazione della sicurezza è stata la pulizia delle metropolitane: a forza di stare in un posto sporco e sgangherato, la gente si comportava in modo sporco e sgangherato; dopo la pulizia, chi frequentava la metropolitana ha iniziato a comportarsi in modo più educato e l'educazione non è altro che emulare le azioni migliori che compiono gli altri. Esistono degli studi sul *priming* che, pur se abbastanza controversi, sono comunque molto interessanti. Ad esempio, 100 persone di cultura media sono sottoposte a un trattamento separato: 50 vedono film e documentari relativi a premi Nobel e 50 vedono immagini o film di *hooligan* che fanno porcherie. Al termine della visione vengono sottoposti allo stesso questionario di cultura generale: coloro che hanno appena visto i film sui premi Nobel rispondono decisamente meglio di coloro che hanno visto le immagini sugli *hooligan*, proprio perché i video hanno tirato fuori il meglio o il peggio di questi spettatori. E questo è un po' ciò che succede sulle piattaforme. Il *priming* che si genera in un ambiente nel quale tutti si parlano addosso, male o violentemente, porta in una certa direzione. Allora il trucco vero è creare biodiversità, nuovi spazi, cose nuove, perché ce ne sono e sono di grandissima importanza, anche economica.

È chiaro che le opportunità che hanno trovato Facebook e Google sono grandi, ma queste piattaforme sfruttano la pubblicità. Amazon è molto più importante perché ha intercettato un pezzo di commercio globale.

Cose più grandi da fare ci sono. L'educazione è più grande, la sanità di qualità è più grande, la cultura e l'accesso ai beni culturali è chiara-

mente più grande e di qualità buona. Come facciamo? Lasciamo spazio alla pagina Facebook del Museo degli Uffizi? Non è possibile. Quindi, questo è il messaggio: creare delle alternative.

Certamente sono importanti le forme di pubblicità progresso suggerite dalla Commissione o i progetti da attuare nelle scuole che coinvolgano anche le famiglie, perché poi molto spesso gli adulti non conoscono neanche le logiche e gli algoritmi con cui operano le piattaforme, mentre tutte queste dinamiche devono essere rese note. Il metaverso, ad esempio, è qualcosa che viene raccontato adesso ma io penso che ci sia abbastanza da ragionare: sarà un degrado continuo, andremo nel metaverso e la gente impazzirà? In questo momento il metaverso già esiste: i ragazzi che giocano tre o quattro ore al giorno su Fortnite vivono in un metaverso, in quella realtà virtuale dove ci sono tutti gli amici e lì parlano e si relazionano, ma non si sa chi incontrano, con chi giocano, eppure sono in quella realtà per tutto quel tempo. Su Fortnite, che è un metaverso, durante i *lockdown* si tenevano i concerti di musica e si pagava il biglietto per assistervi. Quella piattaforma, ripeto, è già un metaverso. Quello che vuole fare Zuckerberg è qualcosa di ancora peggiore, perché una volta indossati gli *oculus* – o quel che sarà fra quattro o cinque anni – ci si isola anche fisicamente. Io provo forme di realtà virtuale dal 1995 e francamente non mi ci trovo per niente bene. Peraltro noto che continuano ad essere perennemente annunciate come nuove dimensioni per il futuro ma in concreto non esplodono mai, proprio perché tecnicamente sono faticose da vivere e separano le persone; è vero che ti mettono in comunicazione ma nello stesso tempo ti isolano.

In conclusione, Fortnite è già un metaverso a cui si accede tramite PC. Tutto l'insieme delle realtà di cui abbiamo parlato finora sono già un metaverso e dobbiamo prendere in fretta le dovute misure.

PRESIDENTE. Dottor De Biase, la ringrazio per il suo contributo assolutamente importante, direi fondamentale, per la nostra indagine conoscitiva.

Dichiaro conclusa l'audizione in titolo.

Rinvio il seguito dell'indagine conoscitiva ad altra seduta.

*I lavori terminano alle ore 14,10.*





