

# «Come gli algoritmi creano politiche, tra fake news e filtri»

Federico Boffa (Università di Bolzano) spiega l'impatto di social media e intelligenza artificiale sulla formazione di opinioni e di decisioni

di Margherita Montanari

**L**'impatto dei social media sulla formazione delle opinioni e, di riflesso, sul voto degli elettori e sulle politiche di un Paese è solo il prodromo di una rivoluzione più larga che continuerà ad avere come protagonisti gli algoritmi. Gli algoritmi danno all'Intelligenza Artificiale (AI) le istruzioni che le permettono di funzionare e all'AI generativa di produrre contenuti. Per questo progettarli «in modo imparziale» è il prerequisito per avere, nei prossimi anni, politiche obiettive. Di questo e, più in generale, dell'impatto degli algoritmi evoluti sul mondo dell'informazione parlerà oggi Federico Boffa, docente di economia industriale e political economy all'Università di Bolzano, insieme a Francesco Ravazzolo, durante il convegno organizzato a partire dalle 10 nell'ateneo sudtirolese dalla Federazione Nazionale della Stampa italiana sindacato giornalisti del Trentino-Alto Adige. Saranno presenti, tra gli altri, anche Martin Lintner, teologo e preside dello Studio teologico accademico a Bressanone, il filosofo



**Centrale garantire l'imparzialità «L'intervento di un controllo, che sia attuato dai possessori di algoritmi o dal governo, è sempre rischioso. Forse l'unica cosa d'aiuto è il dibattito per far distinguere le notizie agli utenti»**

della tecnologia Cosimo Accoto e Guido Rispoli, Procuratore generale presso la Corte d'Appello di Brescia.

**Perché da economista si occupa dell'impatto degli algoritmi evoluti sul mondo dell'informazione?**

«L'economia politica studia l'impatto dell'informazione e della comunicazione sulla democrazia, sull'accountability dei politici e, di riflesso, i riflessi sugli elettori: come incide sulla formazione dell'opinione pubblica e sull'implementazione delle politiche, anche economiche».

**E in che modo gli algoritmi incidono sulla formazione dell'opinione e delle**

**politiche?**

«Ci sono tre filoni di studi sull'impatto degli algoritmi. Il primo si occupa di fake news: chi riesce a creare un algoritmo può creare fake news che impattano sulle idee e, di riflesso, sul risultato elettorale. Il secondo guarda al meccanismo del filtraggio: gli algoritmi sui social targettizzano l'utente e mostrano sempre notizie o opinioni simili alle proprie. Questo rafforza le convinzioni, limita il dialogo e crea polarizzazioni, che inducono la politica a fare scelte altrettanto polarizzate, con ripercussioni sulle politiche economiche. Tutto questo ci dice che chi possiede e decide il funzionamento degli algoritmi ha un potere enorme».

**Il terzo impatto degli algoritmi?**

«Si nota sulla propensione delle persone ad andare a votare. Negli Usa, nelle passate elezioni, la forte polarizzazione legata alle opinioni formate su Facebook ha portato alle urne molte più persone».

**Quali esempi di politiche influenzate dagli algoritmi dei social si possono citare?**

«Un esempio viene da una ricerca sull'impatto dei lanci di agenzia sui tweet dei politici italiani e sulla loro capacità di convertirli in voti. Abbiamo utilizzato il machine learning e analizzato i tweet della Lega post Pappeete, nel governo Conte I. Dall'analisi è emersa la capacità del partito di Matteo Salvini di rendere l'immigrazione il tema principale del dibattito pubblico. Gli algoritmi di twitter e Facebook, veicolando le notizie di stampa, hanno aumentato la rilevanza del tema immigrazione per gli elettori. Questo ha portato a varare norme restrittive dell'immigrazione».

**Con l'intelligenza artificiale, le opportunità e i rischi connessi all'utilizzo degli algoritmi si amplificano. Come mitigare, ad esempio, il rischio che si utilizzino algoritmi inaccurati?**

«La cosa più importante è garantire che le fonti siano il più possibile certificate. L'algoritmo deve essere progettato in modo imparziale, ma questo processo di verifica delle fonti è complesso. E l'intervento di un controllo, che sia attuato dai possessori di algoritmi o dal governo, è sempre rischioso. Forse l'unica cosa d'aiuto è il dibattito, per chiarire agli utenti come distinguere le notizie certificate da quelle non certificate. Ho letto e condiviso il passaggio del documento di missione di Ursula Von der Leyen ai Commissari Ue, in cui la presidente dice che tra gli impegni della Commissione rientra il dovere di spiegare ciò che viene fatto e

perché viene fatto, a tutti i tipi di audience nei vari Stati membri».

**Qual è la posizione dell'opinione pubblica rispetto all'AI?**

«Per un paper stiamo svolgendo uno studio pilota sulla percezione dell'impatto dell'intelligenza artificiale sulle persone. Vogliamo capire se pensano che le aiuterà a lavorare o se toglierà lavoro. Abbiamo diffuso una survey in Italia, Germania e Usa, coinvolgendo circa 500 persone per Paese. Per prima cosa chiediamo qual è la loro posizione sull'AI. Poi le mettiamo davanti a dichiarazioni uscite sulla stampa: ad alcune persone sottoponiamo le riflessioni positive, ad altre quelle negative, ad altre ancora posizioni neutrali (nasceranno



**Docente**  
Federico Boffa  
insegna economia  
industriale e political  
economy  
all'Università  
di Bolzano



nuovi lavori, ma altri scompariranno). Subito dopo, chiediamo loro se hanno cambiato posizione. E, se sì, di firmare una petizione su change.org in linea con il sentiment della dichiarazione letta. Ad esempio, chi ha letto che l'AI eliminerà il lavoro verrà invitato a firmare una petizione per bloccare la sua implementazione».

**Cosa emerge?**

«Le dichiarazioni lette portano le persone a



*«Stando a quanto emerso da una ricerca, la narrazione, più dei dati, è capace di cambiare le opinioni e di far cambiare idea. La comunicazione diventa un elemento cruciale in questa nuova fase»*

cambiare posizione. Questo spiega come la narrazione, più dei dati, sia capace di cambiare le opinioni e a cambiare idea. La comunicazione diventa un elemento cruciale in questa nuova fase».

**In riferimento a quanto detto, vede possibili criticità nell'utilizzo dell'intelligenza artificiale generativa, e quindi degli algoritmi, da parte di chi produce l'informazione, come i giornalisti e le redazioni?**

«Dipende da come la si usa. Se sostituisce il lavoro di verifica, di commento del giornalista, è un pasticcio. L'utente, che rischia di trovarsi informazioni non verificate o amplificate. Se diventa strumento complementare e la si usa come base di partenza per una bozza, agevola il lavoro e migliora la qualità dell'informazione. In quel caso, è come scegliere di usare l'ascensore anziché fare le scale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

