

L'esperta: sul web disturbatori pagati «La diffamazione è l'unico limite»

Claudia Vago, consulente social: «Il consenso? In Italia lo fa la tv»



I 'connessi'

Secondo Audiweb, sono 29,5 milioni gli italiani che a settembre si sono collegati al web

Chi naviga

Hanno navigato almeno una volta al giorno il 40,3% degli uomini e il 42,3% delle donne

Attacco hacker

Attacco hacker al sito di Basta un Sì. Da qui, la denuncia alla polizia postale



Il suo identikit

Social media manager, 38 anni. Ha seguito le campagne elettorali di Tsipras e Passera

Giovanni Rossi
■ ROMA

NOME in codice: Tigella. Claudia Vago (nella foto), 38 anni, ligure, un esame mancante per la laurea a Pisa - «sono come D'Alema» ci scherza su - ha tradito la conservazione dei beni culturali per diventare *social media manager* e *social media curator*. Vive e guadagna in Rete, coordinatrice e protagonista di campagne dai colori più diversi, da Corrado Passera ad Alexis Tsipras, passando per esperienze forti in campo umanitario. La rissa 'virale' scoppiata tra Pd e M5S le strappa «al massimo un sorriso».

Cyber-propaganda, dov'è il confine tra lecito e illecito?

«Nella diffamazione. Non c'è bisogno di andare sui social per scovare esempi. Ma in Rete c'è un vantaggio: nessuna identità camuffata può resistere a indagini approfondite».

Intanto il Pd s'inalbera e M5S s'indigna.

«Una situazione che rasenta il ri-

dicolo. Non occorre essere esperti di *social network analysis* per sapere che la Rete - come ogni altra catena di relazioni umane - produce modelli di interazione nei quali soggetti leader con ascendente politico propagano il proprio messaggio (attraverso altri soggetti che fanno da ponte) ad ampie comunità di condivisione più o meno consapevoli o criticamente attrezzate. Dal punto di vista dei modelli dinamici comunicativi, nulla di diverso da quanto potremmo osservare in una discussione tra casalinghe sul ballatoio di una casa di ringhiera o nella costruzione delle piramidi di ruolo tra i bambini di un asilo».

La denuncia del Pd scoperchia il marcio o rischia l'autogol?

«Non intendo sostituirmi alla magistratura inquirente. Mi limito a sottolineare che, per gli elementi di conoscenza in mio possesso, ritengo difficilmente dimostrabile l'esistenza di una centrale permanente organizzata per scopi illeciti di propaganda. La propaganda politica si è sempre fatta. Con ogni mezzo. E ritengo che se qualcuno volesse studiare le interazioni del web pro Pd o pro Renzi, troverebbe architetture di Rete e di trasmissione del messaggio del tutto analoghe a quelle di M5S».

Troll, fake, ghost: tecniche contemporanee di aggressione e di mimetizzazione sul

web. I partiti politici pagano caro per vincere sui social?

«Pagano in senso lato per organizzare le campagne. Dentro ci può stare di tutto, anche i disturbatori. Ma nella maggior parte dei casi, chi milita sul web a guardia di un movimento o di un'idea è mosso da passione e pregiudizio. Il più nocivo è che la Rete sia il mondo. Invece il mondo è fuori, specie in Italia».

Detto da lei...

«Ancora oggi nella costruzione del consenso contano molto di più tv, passaparola, volantinaggi».

Adesso non resusciti tazebao e ciclostile.

«Web e social network hanno un altro difetto: le piattaforme distributive dei contenuti memorizzano le nostre preferenze e ce le veicolano filtrate. Così ognuno di noi è portato a consolidarsi nelle proprie convinzioni. Sono recinti chiusi, anche comodi perché non ci fanno sentire in discussione, ma dietro l'algoritmo spesso esplodono le sorprese».

Comunicare con i social?

«Numero uno sempre Facebook. Twitter serve le nicchie ma non fa massa. Per specifici progetti si possono valutare YouTube, Snapchat o Instagram».

Il referendum si avvicina, il web ulula per chi?

«Il No è avanti e più attivo, ma per il Sì i giochi restano aperti. E il *medium* decisivo sarà ancora la televisione».

