Introduzione

Per lungo tempo il falso è stato confinato ai margini della comunicazione pubblica. Era una deviazione rispetto a una realtà riconoscibile: talvolta un abuso, talaltra una costruzione consapevole, ma comunque – prima o poi – destinata ad essere svelata. Il presupposto implicito su cui si reggeva l'orizzonte della comunicazione era che il vero e il falso, pur intrecciandosi, potessero essere distinti. Oggi quel presupposto vacilla. Ciò non significa che la menzogna sia più diffusa, ma che ha mutato natura: il falso è sempre più in grado di imitare il vero, di riprodurlo, di offrirsi come tale. Può assumere la voce di una persona che conosciamo, il volto di un personaggio famoso, quello del nostro direttore di banca, dell'agente assicurativo, dell'imprenditore di cui ci fidiamo e che ci suggerisce dove investire. Il falso si presenta al pubblico come "prova manifesta". A ben guardare, la lezione manzoniana sulla distanza tra "vero" e "verosimile" conserva, sotto questo profilo, un'attualità sorprendente: il falso si afferma perché appare degno di fede.

È su questo crinale che si innesta la trasformazione più recente. I *deepfake* – contenuti resi falsamente autentici tramite generazione artificiale – rappresentano un salto di qualità. Rendono possibile ciò che fino a pochi anni fa sembrava appartenere al regno della finzione cinematografica. Si pensi al *Truman Show*, il film di Peter Weir in cui il protagonista vive inconsapevolmente dentro una realtà interamente costruita e manipolata per sembrare vera. L'arti-

ficio, in quel caso, era sorretto da una complessa regia centralizzata e dal lavoro coordinato di decine di persone. Fino a poco tempo fa, insomma, il falso doveva essere orchestrato da mani esperte perché richiedeva competenze specialistiche, tempo e intenzionalità. Oggi creare un *fake* diventa una possibilità automatica, replicabile, alla portata di chiunque disponga di strumenti digitali comuni e sappia usarli. Il falso è ormai inscritto nel funzionamento stesso delle piattaforme digitali. Si presenta ai nostri occhi come un'esperienza più convincente di quella reale.

Due esempi aiutano a chiarire. Da un lato, i video parodici di Tom Cruise, in cui l'attore americano gioca a golf o si cimenta in giochi di prestigio: contenuti contraffatti generati dall'AI e diffusi in pochi giorni a milioni di persone. Il loro successo si spiega anche con il fatto che gran parte degli utenti continua a usare Internet come faceva dieci anni fa, credendo di avere davanti il vero Tom Cruise e non la sua simulazione sintetica. Fin qui siamo nel campo della satira. Il *deepfake* assume una funzione ludica e non ha una valenza univocamente negativa. Diverso è il video del presidente Zelensky che invita gli ucraini alla resa dopo l'invasione russa. Il *deepfake* in questo caso diventa uno strumento della nuova "guerra cognitiva": un'arma per alterare la percezione pubblica, spezzare la coesione sociale, minare la fiducia nelle istituzioni. E tuttavia, fermarsi alla dimensione tecnologica significherebbe incorrere in un errore di prospettiva. Le tecniche di manipolazione non sono una novità. Ogni fase di sviluppo dei mezzi di comunicazione ha ampliato le possibilità di riprodurre il reale e, al contempo, di alterarlo: dalla fotografia agli albori del Novecento fino alla radio e alla televisione, la tensione fra vero e falso è sempre stata una costante. A mutare è il contesto.

Il falso contemporaneo si colloca in un ecosistema informativo in perenne trasformazione, nel quale le funzioni editoriali tradizionali – dalla selezione delle fonti alla verifica delle informazioni, fino alla loro diffusione – cedono il passo a logiche inedite. Si pensi alla cosiddetta "viralità". L'accelerazione incontrollata nella circolazione delle notizie consente di imporsi nell'arena comunicativa, di ottenere vantaggi o di delegittimare l'avversario. La persuasione occulta che agisce sulla percezione diventa così uno strumento di potere e di conflitto.

È lungo questa linea di faglia che si colloca la nuova edizione dell'Osservatorio sulla Crisi di sistema della Fondazione Magna Carta. Non si tratta di una trattazione specialistica delle singole tecnologie del falso, né di fare puro allarmismo. L'obiettivo è ricostruire – da angolature convergenti – le condizioni che rendono il falso non solo possibile, ma anche economicamente conveniente, socialmente diffuso e politicamente dirimente. Nel primo contributo, Emilio Pucci ricostruisce la genealogia di questa trasformazione. La storia della comunicazione nel mondo moderno appare come una lunga coesistenza fra verità, simulazione e inganno. È però nell'evoluzione più recente – segnata dall'ascesa di un modello "post-editoriale" – che il fenomeno assume una nuova qualità. Il problema risiede nel "sistema" del falso più che nella mera capacità di produrlo: nella sua diffusione su larga scala, che ne sottrae la circolazione a forme efficaci di contenimento. Su un piano complementare, Stefano Previti analizza l'impatto delle tecnologie generative sull'industria audiovisiva. In ambito economico e produttivo il falso si rafforza con il progredire dell'automazione, la riduzione dei costi e la standardizzazione dei contenuti. Il rischio però è che la creatività si com-

prima insieme alla fiducia del pubblico, con effetti che riguardano sia i *media* sia i *brand*. Il diritto, nelle sue articolazioni nazionali ed europee, può costituire uno strumento di risposta per contrastare, o quantomeno attenuare, tali dinamiche. Il terzo contributo, di Giuseppe Caputo, amplia ulteriormente il quadro, mostrando come la disinformazione si inserisca stabilmente nelle dinamiche della competizione politica e geopolitica. Le *fake news* non sono un fenomeno episodico, ma parte di strategie organizzate, messe in campo da attori più o meno malevoli, che puntano ad alterare i processi democratici e ad alimentare la polarizzazione, soprattutto negli ambienti digitali.

I *deepfake* rappresentano l'ulteriore evoluzione della propaganda, accentuando la crisi della distinzione fra il reale e il rappresentato. Il saggio di Margherita Zappatore, infine, affronta la questione della *governance*. Il confronto tra modelli statunitensi, europei e cinesi offre un quadro segnato da una difficoltà comune: tenere il passo con l'evoluzione tecnologica. Ne deriva l'esigenza di superare la separazione tra l'intervento pubblico e l'autoregolamentazione privata, per costruire forme più avanzate di cooperazione e di responsabilità condivisa.

Il filo che attraversa l'intero volume è chiaro: il falso non riguarda più soltanto chi lo produce, ma anche chi lo distribuisce, lo amplifica e ne accresce la visibilità. È una sfida industriale, istituzionale e politica, non soltanto epistemologica. Le grandi piattaforme e le logiche di monetizzazione dell'attenzione, infatti, hanno oramai assunto un ruolo non dissimile da quello dell'editoria tradizionale, ma non ne condividono pienamente i vincoli di responsabilità. Questa asimmetria permette al falso di proliferare ed è il vero banco di prova nella tenuta dell'assetto comunicativo globale.

Il volume non pretende di tornare al passato, né di comprimere la libertà di espressione in nome di un'astratta tutela del vero. L'obiettivo è un altro. Ricostruire un equilibrio, ridefinire il concetto di responsabilità e salvaguardare quella fiducia da cui, in ultima istanza, dipende il funzionamento stesso dei media e dell'industria culturale. Senza la fiducia nella riconoscibilità di una fonte, senza la possibilità di tracciare l'origine di un contenuto, senza un'effettiva assunzione di responsabilità da parte degli intermediari, non si indebolisce soltanto l'informazione: si indeboliscono i mercati, le istituzioni, la qualità stessa della convivenza democratica. Il falso, in fondo, non è mai stato così potente come quando ha smesso di apparire tale. Ed è forse questa la cifra del tempo presente.