

IL DIBATTITO SULL'ACQUISIZIONE

Le piattaforme non sono neutrali Oggi contano più delle televisioni

CINZIA ARENA

Si autoproclama difensore della libertà di parola e da nuovo proprietario di Twitter Elon Musk ha subito annunciato che la piattaforma subirà molti cambiamenti, per dare a tutti la possibilità di esprimere le proprie idee senza "filtri" ma anche di consentire agli utenti di scegliere i tweet che vogliono leggere. Con l'arrivo di Musk finisce l'epoca di Twitter come public company e se ne apre una nuova dai contorni ancora poco chiari. Il nodo cruciale è quello legato alla moderazione dei contenuti: oltre a quelli vietati per legge (violenza, razzismo ma anche pedopornografia) di certo dovranno essere rispettate le norme più stringenti che Ue (con il recente Digital Service Act), ma anche Regno Unito e Usa stanno definendo, ma le preoccupazioni su una deriva liberista sono molte.

Di certo l'entrata in scena dalla porta principale dell'imprenditore più ricco e visionario del mondo non è passata inosservata. E apre una serie di interrogativi proprio sulla democrazia dei social network. Nicoletta Vittadini, professore di Sociologia della comunicazione e media digitali all'Università Cattolica sottolinea come «questa acquisizione dimostri che le piattaforme non sono un "contenitore neutrale". Chi le possiede influisce sulle regole, non è solo una questione tecnologica ma mediale, di contenuto». Elon Musk non ha chiarito i dettagli della sua strategia che sembra però quasi anacronistica secondo Vittadini. «L'idea del "li-

beri tutti" nel momento in cui Meta e Tik Tok hanno introdotto delle regole soprattutto per il Covid, meno per la guerra in Ucraina, sembra fuori luogo. Evidentemente Musk vuole ri-posizionare Twitter dando un impianto liberista. Sino ad oggi è stato uno dei social più vincolanti sul fronte delle regole, con un controllo dei contenuti e la chiusura di molti profili. In Europa è un social quasi d'élite, molto istituzionale, mentre negli Usa è molto più popolare ed è stato fondamentale per le campagne elettorali». Di certo non è una novità che i grandi tycoon investano nel settore della comunicazione. «Gli imprenditori hanno sempre comprato quotidiani, emittenti televisive e oggi investono sui social network: è chiaro che c'è un interesse in termini di visibilità e di interesse economico. Ma il pericolo per la democrazia non viene solo da questa acquisizione – sottolinea Vittadini –. L'intero contesto mediale è caratterizzato da posizioni dominanti, il gruppo Meta ha una posizione dominante nell'oligopolio della comunicazione social, Tik Tok è di proprietà di una holding cinese». Tasto non meno importante quello dei profitti. Musk ha assicurato di non voler comprare Twitter per soldi ma è poco realistico che il suo sia un interesse filantropico. Attualmente il 90% dei profitti arriva dagli annunci pubblicitari ma potrebbe esserci uno spostamento verso il mondo dell'informazione. Per Nicoletta Corrocher, docente di Economia dell'Innovazione all'università Bocconi la sensazione è che dietro la mossa di Musk

ci siano motivazioni personali, «vista la sua relazione di amore-odio con Twitter, le accuse di insider trading su Tesla e l'iniziale contrarietà del consiglio di amministrazione» ma soprattutto economiche. «Musk è un imprenditore che ha sempre diversificato il suo business e sinora era rimasto estraneo proprio ad un settore chiave come quello dei media, ha 80 milioni di follower e si vociferava che si stesse costruendo un suo social». Teorizza una democrazia assoluta ma è un uomo solo al comando. «Il rischio è che sia lui stesso ad avere tutto quel potere di controllo che contestava ad altri e che snaturi l'essenza della piattaforma. Twitter è un social network molto veloce, con vincoli forti su lunghezza dei caratteri, concentrato sul qui ed ora» continua Corrocher che è scettica sulla possibilità di un «una trasformazione a quello che molti chiamano un "sistema web 3.0" dei social network basato sul modello della blockchain e decentralizzato, perché ci sono dei limiti oggettivi legati al potere computazionale elevato degli algoritmi». Musk soffriva il controllo perché non era lui a controllare, adesso bisognerà vedere cosa farà. «L'impressione è che, come avviene già con l'abbonamento a pagamento per i quali è prevista la modifica dei messaggi, possa virare verso un nuovo orizzonte che renda Twitter più simile ad un servizio di informazione mirata, rendendolo meno dipendente dalla pubblicità e più orientato ai clienti a pagamento» aggiunge la professoressa della Bocconi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nicoletta Vittadini

Vittadini (Cattolica):
strategia poco chiara
la svolta liberista
appare
anacronistica



Nicoletta Corrocher

Corrocher (Bocconi):
probabile
un cambio di business
Meno pubblicità
e più informazione



DATA STAMPA



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 2994