

## Rassegna del 08/01/2017

\*\*\*

Repubblica	22 Affari&Finanza - Pompei: "Open Fiber va veloce"	...	1
Sole 24 Ore	17 Mediaset-Vivendi, il mercato guarda alle mosse Agcom	L. G.	2
Corriere della Sera	22 Amico, ti pago via Facebook	Sciaunich Greta	3
Corriere della Sera	24 L'unità di misura che manca valida per tutti i social	Sideri Massimo	4
Corriere della Sera	24 L'incubo dei nostri giorni. Il ministero della post-verità	Battista Pierluigi	5

AFFARI&FINANZA

## Pompei: "Open Fiber va veloce"

ROMA. L'Internet veloce di Open Fiber non è in ritardo, anzi. In una intervista al settimanale *Affari&Finanza*, in edicola domani con *Repubblica*, l'ad Tommaso Pompei nega difficoltà e rilancia. «Il piano di Open Fiber di collegare 9,5 milioni di utenti in fibra entro il 2021 procede secondo le nostre previsioni - dice - e anche meglio del previsto». Open Fiber, società proprietà dell'Enel, prevede di impiegare 3,8 miliardi di euro nel triennio tra il 2017 e il 2019. Una cifra importante che sembrava difficile da mobilitare. Open Fiber venderà il transito sulla sua rete di cavi in fibra alle società di tlc interessate a offrire il servizio alle famiglie e alle imprese. La rete di cavi in fibra correrà lungo i cavidotti e i tralicci di quella elettrica, di Enel.



Riassetti. A metà settimana vertice dell'Authority

# Mediaset-Vivendi, il mercato guarda alle mosse Agcom

■ Mentre il titolo Mediaset continua a viaggiare su livelli che la proiettano a un passo dai massimi segnati nell'agosto del 2015, venerdì 6 gennaio ha chiuso a 4,17 euro (il 54% in più di quanto registrato il 12 dicembre scorso), il board della società e la controllante Fininvest tengono alta l'attenzione per tentare di fermare ogni possibile ulteriore affondo di Vivendi. Come riportato ieri da Il Sole 24 Ore, l'obiettivo del Biscione resta quello di bloccare la posizione del socio transalpino che ormai è a un passo dal 30% del capitale. Per farlo, la società si è rivolta all'Authority delle Comunicazioni per denunciare la violazione del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici (Tusmar) da parte di Vivendi, complice la presenza del gruppo francese nell'azionariato di Telecom Italia come socio forte. L'Agcom si riunirà a metà settimana per approfondire la questione e valutare possibili interventi. Difficile immaginare che possa prendere provvedimenti immediati nei prossimi giorni ma di certo si muoverà comunque in tempi piuttosto stretti.

Da par suo Vivendi, dopo l'ascesa nel capitale di Mediaset, sta evidentemente valutando le possibili alternative. Nei giorni scorsi a più riprese si è parlato di un tentativo della compagnia di Vincent Bolloré di aprire un canale di dialogo con il Biscione. Ma ogni nuova trattativa dovrebbe evidentemente vedere concorde la famiglia Berlusconi a sotterrare l'ascia di guerra. Allo stato, non sembrano esserci i presupposti e neppure le recenti suggestioni di Natixis rispetto a uno spaccettamento delle attività a valle di un'Opa amichevole francese, con il controllo delle tv in chiaro a Berlusconi e Pre-

mium più produzione e diritti a Bolloré, sembrano aver scalfito il muro alzato dagli italiani. Per trovare un accordo bisogna essere evidentemente in due a sedersi al tavolo. Senza interlocutore, allo stato le opzioni sono quelle note. Vivendi può promuovere un'offerta con il rischio che non vada in porto e non modifichi l'attuale situazione di stallo, oppure aprirsi un varco in cda con la richiesta di integrare il board con figure di espressione transalpina. Questa seconda alternativa può essere perseguita fin da subito chiedendo la convocazione di un'apposita assemblea ma con il pericolo che Fininvest chiami a sé tutte le forze a disposizione per bloccare l'intervento. Altrimenti Bolloré può attendere la prossima assemblea di bilancio. In questo caso, però, il Biscione potrebbe fare ostruzionismo rimanando il più possibile la convocazione dell'assise.

La situazione è certamente complessa e le possibili future azioni dell'Agcom potrebbero rimescolare ulteriormente le carte. L'Authority sta lavorando per capire se effettivamente Vivendi abbia modo di interferire su Mediaset, come sembra suggerire l'esposto presentato dalla società. Per esempio, si fa notare, potrebbe risultare complesso sviluppare nuove iniziative congiunte con Telecom. È possibile, a questo punto, che l'Agcom decida di ascoltare il Biscione per definire meglio i contorni della vicenda. E in seconda battuta potrebbe venir convocata anche Vivendi. La quale, tra l'altro, potrebbe anche impugnare davanti al Tar del Lazio la delibera Agcom che ha dato il via all'istruttoria. Per farlo ha sessanta giorni di tempo: nel caso si dovrà muovere entro il 20 febbraio.

L.G.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Tusmar**

● Il Tusmar è il Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, ossia una raccolta di norme che disciplina la materia. A chiamare in causa il Tusmar nella delicata vicenda Vivendi-Mediaset è stata la società italiana sostenendo che la doppia presenza del gruppo transalpino nel capitale del Biscione e in quello di Telecom Italia viola le norme a tutela della concorrenza e del mercato, che impone dei paletti al controllo simultaneo di società di comunicazioni.



# Amico, ti pago via Facebook

## Arriva anche in Europa l'icona che permette i bonifici sulle chat. Così il social fa concorrenza alle banche, ma il nuovo sistema cambierà i rapporti tra gli utenti?

### Regali e biglietti

Sarà semplicissimo organizzare collette o anticipare i soldi per il cinema o un concerto

**A** mici. O clienti? Che i legami che abbiamo stretto su Facebook non siano sempre e non siano tutti amicizie in senso stretto ce lo suggerisce il buonsenso (e ce lo conferma una sentenza della Cassazione francese diffusa nei giorni scorsi che stabilisce che quelli su Facebook non sono «veri» amici). In un futuro molto prossimo potrebbero diventare altro ancora: fonti o destinatari di scambi monetari. Insomma, clienti in senso ampio. Grazie al sistema di pagamento *friend-to-friend*, che permette di fare bonifici tramite la chat del social, annunciato qualche anno fa e lanciato negli Usa nel 2015. Ora sta per arrivare in Europa: dopo l'Irlanda, il 31 dicembre il colosso di Mark Zuckerberg ha ottenuto una licenza anche dalla Banca centrale spagnola per poter gestire denaro virtuale tramite la piattaforma, che conta 1,79 miliardi di utenti in tutto il mondo e 21 milioni solo in Spagna.

Madrid potrebbe essere la testa di ponte per lo sbarco in Ue del nuovo sistema di pagamento. Con il quale presto o tardi avremo a che fare.

In Italia, Facebook arriva a 28 milioni di utenti unici al mese: numero di poco inferiore al totale degli italiani connessi, che raggiunge quota 30 milioni. Messenger, il sistema di messaggistica del social, è la seconda app più utilizzata nel nostro Paese (sorpassata solo

da quella di Fb stesso). Sappiamo usarla, insomma, e ci sono buone probabilità che anche i nostri amici, famigliari e conoscenti lo sappiano fare.

Usare il nuovo sistema di pagamento quindi sarà comodo per tutti. Potremo, per esempio, dire addio agli snervanti gruppi di chat per organizzare le collette: basterà mettersi d'accordo sull'importo e i soldi per i regali comuni si potranno inviare e raccogliere direttamente dalla finestra di discussione. Con il non secondario vantaggio di «smascherare» gli smemorati con pochi screenshot. Potremo sdebitarci in tempo reale con gli amici che anticipano per noi i soldi di cinema, teatro o concerti senza l'imbarazzo di non avere abbastanza contanti nel portafoglio. Magari potremo anche pagarli, lo spettacolo (ma anche la pizza, la birra e l'ombrello), se il cinema (e la pizzeria, il pub e lo stabilimento balneare) avrà un account Facebook.

Potrebbe anche essere rischioso. Il sistema per inviare il denaro è talmente semplice che ci potrebbe riuscire anche un bambino: basta digitare l'icona del dollaro che compare sullo schermo tra le varie opzioni della chat, selezionare l'importo e inviare. Anche un bambino, appunto, ce la farebbe. Come il figlio di tre anni che si impossessa dello smartphone per giocare: se anziché scattare foto al tappeto finisce per inviare soldi ad amici ignari?


E che dire delle mille volte in cui lasciamo il pc aperto, in ufficio o a casa: finora il rischio si limitava a colleghi, partner o famigliari ficcanaso, in futuro una disattenzione

del genere potrebbe costarci ben più cara. Senza contare il «nero». Non sarà difficile fare acquisti esentasse, magari rivolgendosi direttamente all'account privato del gestore di un negozio, fingendo si tratti di un banale scambio di denaro tra amici.

Gli amici, appunto. Se Facebook da social diventa sempre più simile ad una banca (pare che PayPal, circuito sul quale gira invece il bottone Compra della piattaforma, sia preoccupata dalla concorrenza interna di Menlo Park), come cambieranno i rapporti reciproci?

Fino ad ora, il massimo sforzo che gli amici su Facebook potevano chiederci di fare era sostenerli tramite *like*, commenti o condivisioni. Uno sforzo tutto sommato minimo: un paio di clic e via, bastavano pochi secondi per togliersi il pensiero e far contento l'amico. In futuro, anziché il *like* alla pagina fan della sua associazione, l'amico potrebbe chiederci qualche euro per sostenerla. Mettendoci di fronte a una scelta difficile. Non quella di accontentarlo o scontentarlo, ma quella di definire se è davvero un amico del quale fidarsi oppure no — in fondo, quella dell'amicizia su Facebook resta ancora oggi una delle questioni più scivolose del mondo dei social.

**Greta Sclaunich**

 @gretascl

© RIPRODUZIONE RISERVATA

1,79

**Miliardi**

Sono gli utenti attivi ogni mese su Facebook in tutto il mondo. Il social network lanciato nel 2004 è disponibile in oltre 100 lingue.

28

**Milioni**

Sono gli utenti unici di Facebook al mese: il numero è di poco inferiore al totale degli italiani connessi, che raggiunge quota 30 milioni.



AUDITEL E WEB

# L'UNITÀ DI MISURA CHE MANCA VALIDA PER TUTTI I SOCIAL

## Tecnologie

Soltanto Facebook e Google possono quantificare quello che avviene in Rete di **Massimo Sideri**

La svolta dell'Auditel che un anno dopo il caso dei panel inquinati ha annunciato il futuro passaggio dal calcolo sul campione dei dati a quello censuario — cioè su tutti gli utenti grazie alla tecnologia tracciabile di smartphone, tablet e smart tv — è un segno chiaro della volontà riformatrice dell'ente da cui dipende il sacro totem, per i pubblicitari, dello share. Ma allo stesso tempo, come un cavallo di Troia, questo passaggio introduce un altro problema enorme, non solo italiano: su Internet si sta verificando un dilemma che era già noto agli antichi romani, sintetizzato dalla locuzione *quis custodiet ipsos custodes?* Chi controlla i controllori? Un tema accentuato dalla natura oligopolistica della Rete che fa sì che, in questo caso, i controllori siano anche i controllati. Un ginepraio di conflitti di interesse. In sostanza Facebook e Google, che detengono insieme oltre il 60 per cento del mercato della pubblicità online nei Paesi occidentali, sono anche le uniche società che hanno la tecnologia per «misurare» cioè che avviene in Rete: video, utenti unici, tempi di permanenza, like. Chiunque

ambisca, come l'Auditel, a conoscere queste metriche non può nemmeno sognare di farlo in casa, ma deve ricorrere sempre a loro: controllati, controllori e, in definitiva, maestri di qualunque cerimonia. La vera domanda da porsi è se ciò che accade in Rete sia misurabile in maniera univoca. E la risposta è no: la retorica di un luogo in cui un tweet vale un tweet e un like vale un like, come se fosse un voto, è un miraggio.

Il fatto che la Rete sia non solo luogo di trasparenza ma anche misurabile univocamente è un errore tecnologico, ancora prima che culturale, come dimostrano i casi della cosiddetta «post-truth», la post-verità che tanto ha acceso i dibattiti nell'elezione di Donald J. Trump, e del «post-like», cioè il like rivisto e corretto. Da quando lo scorso agosto Facebook ha dovuto riconoscere che sovrastimava le metriche sui video — cioè l'area a maggiore crescita pubblicitaria e quella su cui si sta combattendo il sanguinoso duello con la tv per la misurazione dell'audience tradizionale — e che sbagliava quelle sui like il sospetto corre online e offline: quanto è affidabile la società del pollice? Ciò che ne emerge è un mondo più aleatorio di quanto pensassimo: con 1,7 miliardi di utenti è stato ingenuo pensare che ci fosse un «conta-like» al dettaglio e non all'ingrosso. A tutto ciò si aggiunge il tema della privacy: le autorità europee stanno combattendo per di-

fendere gli utenti da una schedatura di massa da cui non si potrebbe tornare indietro. I media si trovano in mezzo: la tv migra sempre di più sulla Rete e il fatto di vederla sempre su un device che chiamiamo «televisione da salotto» non cambierà le cose visto che passa via Internet. Anche per questo motivo lo stesso ad della Rai, Campo Dall'Orto, ha riconosciuto che su queste trasformazioni i canali di Stato sono ancora indietro. Anche i media online rischiano perché con la profilazione sempre più spinta Facebook e Google puntano a pianificare la pubblicità non per testate ma direttamente per utenti, con un vantaggio competitivo dal punto di vista tecnologico che rischia di rendere il duopolio ancora più accentuato. «Ricordo com'era Internet prima che fosse controllato: la più grande invenzione della storia dell'uomo» diceva Edward Snowden nel documentario CitizenFour di Laura Poitras. Parlava dei controlli della Nsa. Ma lo stesso discorso vale per gli affari dove la promessa di maggiore trasparenza potrebbe rivelarsi più complicata da raggiungere di quanto si cre-  
da.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Battaglia** La tentazione di un controllo internazionale sulle *fake news* sposta il dibattito in una dimensione normativa che denuncia una filosofia autoritaria

## L'INCUBO DEI NOSTRI GIORNI IL MINISTERO DELLA POST-VERITÀ

di Pierluigi Battista



**Cospirazione**  
È complottismo l'idea di una centrale che manovra le informazioni per manipolare il voto



**Pericolo**  
Chiedere il soccorso di autorità esterne vuole dire attribuire compiti di censura insensati

**L**e *fake news*, come vengono definite ora le notizie false, taroccate, contraffatte che circolano nel web, possono fare molto male, però, purtroppo, anche allo spirito di chi ad esse vorrebbe opporsi con mezzi che sono insieme illusori e pericolosi. La tentazione di un controllo internazionale sulle «bufale» online, recentemente ripresa dal presidente dell'Antitrust Giovanni Pitruzzella, sposta il dibattito sulla cosiddetta «post-verità», in una dimensione normativa che denuncia una filosofia autoritaria. Con che diritto una presunta commissione non si sa da chi nominata si arrogherebbe la missione di ripulire dall'alto una Rete caotica, spesso addirittura isterica e violenta, e che tuttavia rispecchia l'affrancamento di un numero incalcolabile di persone dalle «intermediazioni» consacrate, dal notiziario vidimato dalle patenti corporative, dai bollini e dalle tessere professionali, dal monopolio delle notizie sinora esercitato dai media tradizionali? E poi come dovrebbe funzionare questo organo mondiale della Verità che scruta ogni pagina dei miliardi di presenze nei social alla ricerca della bugia che fa male alla democrazia? Composto da chi? E quali criteri per stabilire cosa sia, per eliminarla tramite censura, una bugia intera, una bugia a metà, una verità ritoccata? E poi, è davvero così ovvio che un mucchio di menzogne possa addirittura condizionare l'esito di un'elezione?

Ecco, la guerra santa contro le *fake news*, uscita malamente dai binari di una interessante

discussione su come circolino idee e informazioni ai tempi dell'anarchia del web, rischia di far suo un paradigma cospirazionista che è opposto ma concettualmente identico al complottismo sfrenato di cui i propalatori di bufale sono prigionieri. L'idea cioè che esista una centrale che manovra false informazioni fino al punto di manipolare e condizionare l'andamento delle elezioni. Ha vinto la Brexit e la colpa sarebbe delle centrali occulte delle *fake news*? Vince Trump negli Stati Uniti e dobbiamo scoprire dove sia la Spectre segretissima che manovra da posti irraggiungibili per imbottire la testa degli elettori di bugie inevitabilmente orientate a far trionfare qualcuno in una competizione elettorale? A me sembra che, portata agli estremi, questa tesi ispirata al più sfrenato complottismo non sia concettualmente molto diversa da quei fabbricanti di cospirazioni universali che fantasticano di scie chimiche e di *microchip* inseriti sotto la pelle degli ignari cittadini del mondo da parte di potenze misteriose e immerse nel buio della malvagità.

Ma c'è un solo modo per arginare la forza delle notizie false e manipolate: combattere una battaglia di controinformazione democratica, fatto contro bugia, argomento contro falsificazione, dati contro fantasia. Chiedere il soccorso invece di autorità esterne, o addirittura chiedere ai responsabili dei social un controllo preventivo su tutto ciò che esce in Rete, è delegarli in modo assurdo di compiti di censura insensati. Rendere responsabile Facebook per le menzogne che circolano al suo interno (ma del resto esiste già un filtro per

individuare e silenziare i portatori di odio, i diffamatori professionali, i linciatori che si nascondono dietro profili falsi) è come accusare la rete autostradale delle infrazioni degli automobilisti che percorrono le autostrade.

Esiste poi la pretesa di «verità» che nella tentazione dei censori viene data per scontata, come se loro ne fossero gli interpreti autorizzati, i monopolisti esclusivi. George Orwell non aveva ribattezzato per caso come «Ministero della Verità» l'organo poliziesco di cui il potere totalitario doveva disporre per controllare il presente, il passato e dunque anche il futuro delle uniche notizie passate al setaccio del Grande Fratello. Solo che Orwell aveva in mente il comunismo di Stalin, un potere assoluto e centralizzato che controllava ogni piega della società, e non lo strapotere delle tecnologie, come spesso si dice nelle interpretazioni «post-veritiere» del meraviglioso 1984. Oggi si vuole riesumare un organismo che, sia pur animato dalle migliori intenzioni, dovrebbe stabilire d'autorità ciò che può essere pubblicato da ciò che deve essere depurato, cancellato, silenziato? Stupisce che chi ha giustamente criticato le scempiaggini grilline sul «tribunale del popolo» che dovrebbe mettere alla gogna i media tradizionali, stampa e tv, non abbia prestato altrettanta allarmata attenzione alla tentazione di un tribunale che con la scusa di difendere la trasparenza democratica fa ricorso al più antidemocratico e autoritario dei rimedi. Se il Ministero della Verità era l'incubo di Orwell, quello della Post-Verità non lo è da meno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

