

Media, social e il grido della pace

- Vorrei innanzitutto ringraziare la comunità di Sant'Egidio non solo per avermi invitato qui, oggi, permettendomi di contribuire a un dibattito così importante, ma più in generale, per la sua opera quotidiana *“di mediazione per la pace”* ricordata anche dal Presidente Mattarella.
- Sono fiero di poter dire che non è la prima volta che la mia azienda collabora con la Comunità di Sant'Egidio avendo ospitato qualche mese fa, negli spazi del nostro community hub Binario F, un ciclo di incontri sullo *humanitarian journalism* rivolti agli studenti delle scuole secondarie superiori e ai primi anni di università.
- Il grido della pace è un titolo molto evocativo, soprattutto oggi che, come ha affermato il Presidente Mattarella, l'*“aggressione”* russa ci ha *“drammaticamente ricordato la fragilità”* di un *“patrimonio – quello della pace – che in Europa abbiamo dato per scontato.”*
- Nel mio contributo vorrei parlare di ciò che la rete può fare per promuovere una cultura di pace e di come i social media possono favorirla, a partire dai contesti più difficili, concentrandomi su quanto fatto da Meta in Ucraina negli ultimi mesi.
- Il percorso dell'azienda che rappresento comincia nel 2004 con la creazione di Facebook – ormai solo uno dei nostri strumenti che miliardi di persone in tutto il mondo utilizzano ogni giorno per comunicare. L'obiettivo, fin dall'inizio, era quello di dare alle persone un mezzo tramite il quale potersi esprimere liberamente e connettersi con i propri cari o la propria comunità, riducendo le distanze e oltrepassando le barriere fisiche.
- Il superamento di queste limitazioni esprime bene la natura di internet, nato come strumento di libertà che, negli anni, si è rivelato quale straordinario veicolo di partecipazione democratica e mezzo essenziale per avvicinare le persone.
- Lasciatemi ricordare un passaggio scritto da Papa Francesco lo scorso anno in occasione della Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali: *“La rete, con le sue innumerevoli espressioni social, può moltiplicare la capacità di racconto e di condivisione: tanti occhi in più aperti sul mondo, un flusso continuo di immagini e testimonianze. [Essa] ci dà la possibilità di una informazione di prima mano e tempestiva: pensiamo a certe emergenze in occasione delle quali le prime notizie e comunicazioni di servizio alle popolazioni viaggiano proprio sul web.”*
- Quando pensiamo ai social media, ciò che probabilmente viene in mente alla maggior parte di noi è uno strumento per condividere i nostri momenti felici, pubblicare le foto delle vacanze, chiedere informazioni al Gruppo del vicinato. Spesso dimentichiamo invece quanto questi mezzi possano essere utili e potenti per coloro che vivono nei luoghi e nelle situazioni più difficili, dove costituiscono l'unico modo per informarsi, chiedere aiuto o comunicare con i propri cari.
- In tempi di crisi, le persone si rivolgono sempre più ai social media per far sentire la propria voce, organizzarsi e condividere ciò che sta accadendo con il resto del mondo. È quello che accade, ad esempio, nelle zone di guerra.
- Lo si è visto in maniera evidente proprio in Ucraina. I cittadini ucraini hanno utilizzato le nostre piattaforme per far luce su ciò che stava accadendo, per esprimersi contro l'invasione e per unirsi in segno di protesta e solidarietà. I social hanno inoltre

consentito alle persone al di fuori dell'Ucraina di mettersi in contatto con coloro che si trovavano all'interno del Paese.

- In questo modo, abbiamo assistito a un'enorme mobilitazione da tutto il mondo a sostegno del popolo ucraino. Per fare qualche esempio pratico:
 - Nei primi 25 giorni di offensiva russa, su Facebook e Instagram erano stati raccolti più di 40 milioni di dollari a supporto delle organizzazioni non profit attive con gli aiuti umanitari in Ucraina. Queste donazioni sono servite a sostenere aiuti di breve e lungo termine (sotto forma di cure mediche urgenti, riparo, cibo e trasporti) in tutto il territorio ucraino ma anche nei confronti dei rifugiati ucraini nei Paesi vicini.
 - E ancora, solo nelle prime due settimane del conflitto, più di 3 milioni di persone si sono unite a gruppi di supporto su Facebook creati appositamente per dare aiuto al popolo ucraino, offrendo aiuti umanitari, alloggi, consulenza legale o assistenza medica.
 - Ad esempio, in poche settimane abbiamo visto nascere un gruppo formato da 200.000 volontari e donatori rumeni che si sono occupati di coordinare i trasporti e gli alloggi messi a disposizione dei rifugiati ucraini. Un altro gruppo di questo tipo è nato in Polonia e ha presto raggiunto più di 300.000 membri che hanno offerto alloggio, vestiti, medicine e passaggi dalla frontiera.
 - Noi stessi abbiamo donato 15 milioni di dollari per sostenere gli sforzi umanitari in Ucraina e nei paesi limitrofi. Di questi, 5 milioni sono stati donati direttamente alle agenzie delle Nazioni Unite, come l'UNICEF, e ad alcune non-profit, tra cui gli International Medical Corps che hanno utilizzato questi fondi per schierare unità mediche mobili in Ucraina. I restanti 10 milioni sono stati forniti sotto forma di crediti pubblicitari, per aiutare le organizzazioni non-profit a raccogliere i fondi necessari.
- Il nostro impegno si è poi articolato su molteplici fronti:
 - Abbiamo istituito un Centro Operativo speciale interno all'azienda, composto anche da molti madrelingua russi e ucraini, che lavorano 24 ore su 24 per monitorare le attività relative al conflitto sulle nostre piattaforme e rispondere in tempo reale. A esperti e revisori si è affiancata la tecnologia, che ci permette di individuare contenuti problematici ancora più rapidamente, spesso prima che vengano segnalati.
 - Ciò include anche la lotta contro il cosiddetto *Coordinated Inauthentic Behavior*: ad esempio, abbiamo rimosso una rete gestita da persone in Ucraina e Russia che prendevano di mira l'Ucraina attraverso finti siti web di entità giornalistiche indipendenti e account falsi sulle piattaforme. Il nostro rapporto *Meta's Adversarial Threat Report* celebra quasi cinque anni da quando abbiamo iniziato a rendere pubbliche le nostre ricerche sulle minacce e l'analisi delle operazioni di influenza occulta che affrontiamo nell'ambito della politica sul *Coordinated Inauthentic Behaviour* (CIB). Dal 2017, abbiamo ampliato le aree di interesse dei nostri rapporti al fine di includere nell'analisi anche lo spionaggio informatico, le segnalazioni di massa, l'amplificazione non autentica, il brigantaggio e molti altri comportamenti pericolosi. Per

entrare maggiormente nel dettaglio, si può far riferimento al nostro ultimo rapporto trimestrale su questo genere di minacce il quale fornisce una panoramica sui diversi tipi di criticità che abbiamo affrontato a livello globale, anche in Russia. Ad esempio, abbiamo condiviso una ricerca dettagliata sulle minacce provenienti da una troll farm (fabbrica di troll) russa che aveva preso di mira molte app su Internet nel tentativo, fallito, di creare la falsa impressione di un sostegno e quindi una legittimazione popolare alla guerra della Russia contro l'Ucraina.

- Consapevoli del ruolo che le nostre piattaforme svolgono per i cittadini per informarsi, abbiamo aumentato i nostri sforzi per combattere la disinformazione anche grazie a una maggiore collaborazione con diversi fact-checkers di lingua ucraina e russa, aggiungendo delle etichette per segnalare i contenuti classificati come falsi e riducendone la visibilità. Per aiutare le persone a rimanere informate, abbiamo mostrato, nella parte superiore del Feed di Facebook, un messaggio in Ucraino per connettere le persone con informazioni tempestive e affidabili.
- Abbiamo inoltre aggiornato il nostro *Community Help* trasformandolo in un centro dove le persone presenti nella regione possono trovare informazioni affidabili fornite dalle agenzie locali delle Nazioni Unite e dalla Croce Rossa – ad esempio, su dove cercare assistenza medica o come rimanere al sicuro, sia in Ucraina che una volta attraversati i confini per i Paesi vicini.
- Come parte del nostro programma *Data for Good*, abbiamo condiviso con alcuni partner di fiducia, nel rispetto della privacy e della sicurezza degli utenti, set di dati sulla mobilità in tempo reale verso i Paesi confinanti con l'Ucraina, per consentire loro di prevedere i flussi dei rifugiati. Grazie a queste informazioni, organizzazioni non profit come Direct Relief e Crisis Ready hanno prodotto dei report giornalieri che sono poi stati utilizzati dalla Banca Mondiale, l'UNICEF e Medici Senza Frontiere.
- Infine, bisogna ricordare che in contesti di guerra la sicurezza delle persone dipende anche dalla protezione della loro privacy. I nostri servizi sono utili solo se le persone possono accedere senza condividere informazioni sensibili sulla loro identità, posizione, connessioni o sul contenuto dei loro messaggi. Ecco perché abbiamo introdotto delle misure aggiuntive volte a proteggere le informazioni dei cittadini ucraini sulle nostre piattaforme e semplificato gli strumenti per nascondere o eliminare la propria attività.
- Ci sarebbero numerose altre iniziative da raccontare, in relazione a questa e ad altre situazioni di conflitto in giro per il mondo. Ma visto che il tempo sta per finire, vorrei concludere riprendendo quel passaggio di Papa Francesco con cui ho iniziato il mio intervento. Il digitale, continua Francesco, è *“uno strumento formidabile. Potenzialmente tutti possiamo diventare testimoni di eventi che altrimenti sarebbero trascurati, dare un contributo civile, far emergere più storie.”*
- Ecco, credo che quanto vi ho raccontato oggi confermi le parole del Pontefice, mostrando attraverso esempi pratici il contributo che la rete e i social media possono dare nei contesti più difficili: permettere alle persone di accedere a informazioni affidabili, di unirsi, di comunicare, di trovare aiuto ma anche di offrirlo.

