DNART

SEO · AI · AUTOMAZIONI

MANUALE PRATICO

MANUALE DI SOPRAVVIVENZA ALLA PROPAGANDA DIGITALE

Come mettere una pulce nell'orecchio senza dichiarare guerra al cervello degli altri

DNArt · Strumenti di Comunicazione

dnart.it · Ottobre 2026

PREMESSA

0 Questo manuale non serve ad avere ragione

Schopenhauer, nella *Dialettica eristica*, descrive 38 stratagemmi per prevalere in una disputa, anche indipendentemente dalla verità.

Questo manuale propone un obiettivo diverso: riconoscere la manipolazione, mettere alla prova le informazioni e aprire conversazioni tra persone che non condividono le stesse convinzioni.

Non è un manuale per manipolare meglio degli altri. Sarebbe soltanto un altro modo di alimentare il problema.

È uno strumento per chi vuole intervenire nella comunicazione pubblica senza trasformare ogni commento in una guerra di religione.

COSA TROVI IN QUESTO MANUALE

I Capire il campo di battaglia

II I 12 stratagemmi del dubbio costruttivo

III La guerriglia comunicativa contro la disinformazione

IV Cosa non fare

V Un protocollo pratico per intervenire su Facebook

VI Come misurare se funziona

→ Conclusione. Il diritto di dubitare

PARTE I

I Capire il campo di battaglia

01 La bolla algoritmica non è una prigione perfetta

Gli algoritmi di raccomandazione utilizzano segnali come interazioni, interessi, relazioni e tempo di visualizzazione. Possono rafforzare le preferenze esistenti, ma possono anche esporci a contenuti contrari.

La polarizzazione non dipende soltanto dalla tecnologia. Intervengono la selezione personale delle fonti, le appartenenze sociali e il modo in cui interpretiamo le informazioni.

La conseguenza pratica è importante: non basta raggiungere una persona per ottenere la sua attenzione autentica.

02 Le opinioni possono diventare identità

Quando una convinzione è strettamente legata all'appartenenza a un gruppo, metterla in discussione può essere percepito come un attacco personale.

Dire a qualcuno «sei stato manipolato» difficilmente favorisce una conversazione costruttiva.

Meglio separare la persona dall'affermazione.

> **«Non stiamo giudicando chi sei. Stiamo verificando se un'informazione è attendibile.»**

03 Il pubblico silenzioso conta

Una discussione su Facebook non coinvolge soltanto le due persone che scrivono.

Ci sono lettori che non commentano, osservano e si formano un'opinione.

Non possiamo presumere che cambino idea, ma possiamo offrire loro strumenti per valutare le informazioni autonomamente.

Questo cambia il criterio di successo: non quanti avversari abbiamo sconfitto, ma quanta chiarezza abbiamo introdotto nella conversazione.

II

PARTE II

I 12 stratagemmi del dubbio costruttivo

01 La domanda sulla fonte

Quando incontri un'affermazione sospetta, chiedi:

> **«Da dove arriva questa informazione? Possiamo risalire alla fonte originale?»**

Non è una trappola. Se la fonte esiste, va esaminata seriamente, anche quando contraddice la tua posizione.

02 Il controllo del contesto

Una foto autentica può raccontare una storia falsa.

> **«Quando è stata scattata? Dove? Cosa succedeva prima e dopo?»**

Molte manipolazioni utilizzano materiali reali accompagnati da descrizioni ingannevoli.

03 La distinzione tra fatti e interpretazioni

«È successo questo» è diverso da «È successo perché qualcuno voleva questo».

> **«Quali elementi dimostrano il fatto e quali sostengono l'interpretazione?»**

Separare i due livelli riduce la confusione.

04 Il test dello specchio

> **«Se la stessa cosa fosse stata fatta dalla parte che sostieni, la giudicheresti allo stesso modo?»**

Serve a verificare la coerenza dei criteri, non a costruire equivalenze artificiali tra situazioni differenti.

05 Il riconoscimento di una ragione valida

> **«Su questo punto credo che tu abbia ragione. È sulla conclusione che ho qualche dubbio.»**

Riconoscere un elemento corretto nella posizione altrui non significa accettare tutto il ragionamento.

06 La terza possibilità

Quando qualcuno presenta soltanto due alternative, chiedi:

> **«Siamo sicuri che queste siano le uniche possibilità?»**

Molti dibattiti sono costruiti su false dicotomie. Esplorare una terza ipotesi può cambiare il quadro.

07 Il denominatore dimenticato

Una cifra impressionante può essere poco significativa senza un confronto.

> **«Rispetto a quale totale? Rispetto a quale periodo? Rispetto a quale popolazione?»**

È particolarmente utile quando circolano percentuali e statistiche.

08 La domanda che vale anche per noi

> **«Quale prova ti farebbe cambiare idea? E quale prova farebbe cambiare idea a me?»**

Se nessuna evidenza può modificare una convinzione, forse non stiamo più discutendo di fatti verificabili.

09 La verifica indipendente

Tre pagine che ripetono la stessa notizia non sono necessariamente tre fonti.

Cerca conferme indipendenti, documenti originali e testimonianze verificabili.

10 Il dubbio simmetrico

> **«Sto usando lo stesso livello di severità con le notizie che mi piacciono e con quelle che non mi piacciono?»**

È probabilmente lo stratagemma più difficile. E uno dei più importanti.

11 La correzione senza umiliazione

Se trovi un errore, correggi l'informazione, non l'intelligenza di chi l'ha condivisa.

Una rettifica accompagnata da fonti e da una spiegazione breve è più utile di una battuta sprezzante.

12 La porta lasciata aperta

Non pretendere una conversione immediata. Puoi concludere:

> **«Non dobbiamo essere d'accordo. Mi interessava soltanto verificare questo punto.»**

Un confronto utile non richiede un vincitore.

PARTE III

III La guerriglia comunicativa contro la disinformazione

Qui arriviamo al problema da cui nasce questo manuale: come raggiungere persone esterne alla propria comunità digitale?

Non esiste una formula che garantisca di superare gli algoritmi. Possiamo però progettare contenuti che abbiano un interesse trasversale e favorirne la distribuzione in ambienti differenti.

A IL CONTENUTO PONTE

Parti da una questione condivisa, anziché da un'appartenenza contrapposta.

> ESEMPIO
>
> **Sul tema delle guerre: «Possiamo avere opinioni completamente diverse sulle responsabilità di un conflitto e condividere una domanda: quali informazioni ci servono per capire se una proposta di pace è concretamente realizzabile?»**

Il messaggio non chiede di rinunciare alle proprie convinzioni. Invita a esaminare un problema comune.

B LA CONTRADDIZIONE INATTESA

Riconosci un fatto valido sostenuto da chi abitualmente non condivide le tue idee.

> ESEMPIO
>
> **«Su questa vicenda una persona con cui sono quasi sempre in disaccordo ha sollevato una questione che merita attenzione.»**

Funziona soltanto se il riconoscimento è sincero. Una falsa apertura costruita per attirare l'attenzione rischia di distruggere la fiducia.

C LA COLLABORAZIONE TRA COMUNITÀ

Organizza conversazioni tra persone che partono da posizioni differenti, ma condividono regole di verifica e rispetto reciproco.

Un contenuto pubblicato da due interlocutori può raggiungere comunità diverse, senza dover contare esclusivamente sulle raccomandazioni algoritmiche.

L'obiettivo non è inscenare un litigio. È rendere visibile un disaccordo civile.

D LA DOMANDA VERIFICABILE

Invece di pubblicare un'opinione generale, proponi un problema circoscritto.

> ESEMPIO
>
> **«Questa immagine sta circolando con tre descrizioni differenti. Qual è quella corretta? Ecco come possiamo verificarlo.»**

La verifica diventa il contenuto stesso. Il lettore può partecipare senza dover prima dichiarare la propria appartenenza.

IV

PARTE IV

Cosa non fare

Ci sono comportamenti che possono produrre interazioni, ma rendono più difficile un confronto costruttivo.

- ✕ **Ridicolizzare l'interlocutore:** può gratificare il proprio pubblico, ma raramente incoraggia chi viene attaccato a riconsiderare una posizione.
- ✕ **Bombardare di link:** una grande quantità di materiale non equivale a una spiegazione convincente.
- ✕ **Utilizzare domande-trappola:** fingere curiosità quando si vuole soltanto mettere qualcuno in difficoltà danneggia la credibilità.
- ✕ **Presentare come certi fatti ancora controversi:** contrastare la disinformazione con informazioni non verificate è una contraddizione.
- ✕ **Confondere dissenso e disinformazione:** una posizione politica diversa dalla nostra non è automaticamente falsa.
- ✕ **Scambiare il silenzio per una vittoria:** chi non risponde potrebbe non avere fonti, ma potrebbe anche non voler proseguire la discussione.

PARTE V

V Un protocollo pratico per intervenire su Facebook

CHECKLIST PRIMA DI COMMENTARE

- [ ] **1.** Leggi il contenuto completo e identifica l'affermazione verificabile.
- [ ] **2.** Controlla la fonte originale, la data e il contesto.
- [ ] **3.** Cerca almeno una conferma indipendente, quando possibile.
- [ ] **4.** Decidi se intervenire aggiunge davvero un'informazione utile.
- [ ] **5.** Scrivi una domanda autentica oppure una correzione breve con una fonte.
- [ ] **6.** Evita attacchi personali e giudizi sull'identità dell'interlocutore.
- [ ] **7.** Rispondi alle obiezioni pertinenti e correggi eventuali errori tuoi.
- [ ] **8.** Interrompi la discussione quando non produce più chiarimenti.

PARTE VI

VI Come misurare se funziona

Il numero di like è un indicatore insufficiente. Anche un contenuto aggressivo può ottenere migliaia di interazioni senza favorire alcuna comprensione.

Per valutare il metodo, osserva invece:

INDICATORE	COSA MISURARE
Dialogo trasversale	Interazioni argomentate tra persone con opinioni differenti
Qualità del confronto	Presenza di fonti, domande sincere e risposte pertinenti
Apertura	Disponibilità a riconoscere un punto valido nell'argomentazione altrui
Correzione	Rettifiche pubbliche di informazioni inesatte
Diffusione	Condivisioni in comunità differenti, quando verificabili

> **Attenzione.** Non bisogna confondere questi segnali con la prova di un cambiamento di opinione. Per dimostrare un effetto sulle convinzioni servirebbero valutazioni più rigorose.

CONCLUSIONE

IL DIRITTO DI DUBITARE

La propaganda prospera quando le persone smettono di distinguere tra ciò che sanno, ciò che credono e ciò che desiderano sia vero.

Ma la risposta non può essere sostituire una certezza assoluta con un'altra.

Dobbiamo difendere il diritto di dubitare, verificare e cambiare idea.

Anche quando la notizia conferma perfettamente quello che pensiamo.

Anzi, soprattutto in quel caso.

Non dobbiamo insegnare alle persone cosa pensare. Dobbiamo contribuire a costruire un ambiente nel quale sia possibile pensare senza dover prima scegliere da che parte stare.

DNART
SEO · AI · AUTOMAZIONI

Manuale pratico gratuito, liberamente condivisibile citando la fonte.
Versione online: **dnart.it/manuale-propaganda-digitale/**