

## **I media e la pace**

*Ponti di Pace, Bologna*

*15 ottobre 2018*

Traccia dell'intervento

Diego Ciulli, public policy manager, Google

- Stiamo vivendo un'epoca straordinaria. Fino a pochi anni fa, soltanto pochissimi avevano accesso all'informazione. E quasi nessuno - se non i media - poteva esprimere le proprie idee e comunicare con tutto il mondo
- Oggi quasi 5 miliardi di persone hanno potenzialmente accesso a tutta la conoscenza prodotta dall'umanità, letteralmente in un click. E quasi 5 miliardi di persone possono far circolare le proprie idee in rete.
  - Ad esempio, YouTube occupa un ruolo di primo piano in questa trasformazione. Ogni minuto, vengono caricate su YouTube oltre 400 ore di video.
- Ci troviamo, paradossalmente, a dover gestire un inedito problema di abbondanza. Di fronte a una così rapida crescita della libertà di espressione, sappiamo che questa libertà di espressione può essere utilizzata anche per diffondere odio, persino per mettere in discussione la libertà stessa.
- Google e YouTube sono al centro di questa libertà, ma anche al centro di questa sfida. Per noi è essenziale l'impegno per cercare di impedire che le piattaforme web diventino uno strumento per la divulgazione di messaggi di odio, senza limitare le conquiste del web.
- Abbiamo imparato anche che non esistono soluzioni semplici, che i risultati migliori possono essere raggiunti soltanto mettendo insieme una strategia articolata che preveda l'utilizzo di strumenti differenziati - ciascuno dei quali, da solo, sarebbe troppo debole.
- Il primo è, ovviamente, è la rimozione dei contenuti problematici, quelli di istigazione all'odio e alla violenza. Lo facciamo in tre modi:
  - Attraverso le segnalazioni degli utenti
  - Con la collaborazione con istituzioni ed esperti
  - Con lo sviluppo di tecnologie (spiegazione e dati su come l'intelligenza artificiale aiuta l'individuazione e rimozione di contenuti d'odio)

- La rimozione del contenuto d'odio non può essere la sola soluzione.
- La sfida più affascinante è al contrario utilizzare le tecnologie digitali per diffondere valori positivi e promuovere il dialogo
  - Esempio di “creator for change” (giovani che su YouTube creano video per favorire la conoscenza dell'altro e il dialogo religioso)
  - Progetto “Redirect” - utilizzo di strumenti di marketing digitale per far scoprire contenuti di contro narrativa a soggetti a rischio di radicalizzazione
  
- Ma se stiamo gestendo un problema di abbondanza, la chiave è dare alle persone gli strumenti per gestire e comprendere questa abbondanza
  - La sfida dell'educazione civica digitale
  - le iniziative di Google, il ruolo della scuola e delle associazioni
  
- La rete può essere uno straordinario alleato nel promuovere la Pace e il dialogo. Ma si tratta solo di una tecnologia - per cogliere questo potenziale, la chiave sta nella capacità degli uomini di lavorare insieme per far prevalere le opportunità sui rischi