

La dittatura degli algoritmi: il business della rabbia, la paura e la crisi dell'informazione

Autore: Luisa Cassarà

Data: 06 Maggio 2026



L'**utopia originaria** di Internet si è ormai **infranta** contro il modello predatorio della Silicon Valley, riassunto dal cinico motto "[*Move fast and break things*](#)". Ma in che modo, esattamente, le grandi piattaforme sono riuscite a tenerci incollati agli **schermi**, massimizzando i loro profitti a discapito della nostra serenità e della qualità dell'informazione?

La risposta, come ha **spiegato Riccardo Luna** durante la tappa palermitana di "**Connessioni Digitali**", risiede nell'**evoluzione degli algoritmi**. Nati inizialmente per mostrarci i contenuti più recenti o quelli dei nostri amici più stretti, gli algoritmi si sono presto trasformati in macchine progettate per catturare la nostra attenzione sfruttando le emozioni umane più antiche e primordiali.

[GUARDA IL VIDEO COMPLETO](#)

Il business delle emozioni negative

Per farci **trascorrere più tempo** sulle **piattaforme** – e quindi venderci più pubblicità – i social network hanno scoperto che non c'è nulla di più efficace delle **emozioni negative**. In particolare, due leve si sono rivelate potentissime: la **rabbia** e la **paura**. Queste emozioni, fondamentali per la sopravvivenza dell'Homo sapiens fin dalla notte dei tempi, sono state trasformate in un cinico modello di business.

La **paura**, ad esempio, fa una **presa fortissima sulle persone anziane**, che sono approdate in massa sui social network durante l'isolamento della pandemia di Covid-19. Quando l'algoritmo si accorge che un utente clicca su notizie allarmanti, inizia a bombardarlo di contenuti simili.

Il **risultato**? Una **distorsione totale della realtà**. [Luna ha raccontato](#) l'esempio di sua madre ottantaseienne, il cui feed di Facebook si è trasformato in un incubo: **“Un feed che sembra Gotham City prima dell'arrivo di Batman, un posto dove non puoi uscire di casa”**. La paura indotta dall'algoritmo modifica la percezione del mondo, le abitudini quotidiane e persino il modo di votare.

Il paradosso della sicurezza e le colpe del giornalismo

Questa **percezione distorta** si scontra clamorosamente con i dati reali. Nel 2024, l'Italia ha registrato **324 omicidi**: il numero più basso in assoluto nella storia del nostro Paese. Siamo uno degli Stati più sicuri al mondo. Eppure, l'allarme sociale sembra ai massimi storici.

[GUARDA IL VIDEO COMPLETO](#)

Di chi è la colpa? Non solo degli algoritmi, ma anche di un sistema dell'informazione che ha scelto di assecondarli. **“A un certo punto ci siamo venduti anima e corpo a Facebook e Google”**, ha ammesso Luna, spiegando come i giornali abbiano smesso di fare informazione autonoma per inseguire la viralità, riempiendo i siti di cronaca nera o rincorrendo l'ottimizzazione SEO. Invece di aumentare la qualità, l'editoria ha abbassato l'asticella pur di mendicare qualche clic.

La rabbia, il populismo e le bugie

Se la paura funziona sugli anziani, la **rabbia** è l'esca perfetta per le generazioni di mezzo e per i più giovani. I **social network** hanno offerto un palcoscenico a chiunque volesse dare la colpa dei propri fallimenti agli altri – che fossero politici, giornalisti o scienziati – alimentando il **populismo** su scala globale. Già nel 2018, un documento interno di Facebook confermava che l'algoritmo favoriva e alimentava attivamente la rabbia degli utenti.

In questo ecosistema, le **bugie viaggiano molto più veloci della verità**. Non per un complotto politico, ma per la natura stessa dell'informazione: la verità è spesso complessa, ricca di sfumature (come il difficile Accordo di Parigi sul clima), mentre la bugia è semplice, rassicurante e diretta (come lo slogan **“trivelliamo tutto e abbassiamo le tasse”**). L'algoritmo agisce come un “carburante speciale” che fa decollare le falsità, premiandole sistematicamente.

La via d'uscita: tornare alle comunità

Come possiamo uscire da questa crisi democratica e informativa? La soluzione, secondo Luna, è **smettere di rincorrere il traffico facile** e ricominciare a investire sulla qualità e sul rapporto di fiducia con i lettori. Modelli editoriali come quello de *Il Post*, capace di raccogliere 120.000 abbonati paganti non per vendere notizie esclusive, ma per il senso di appartenenza a una comunità informata e pacata, dimostrano che **un'alternativa esiste**.

Se gli algoritmi ci vogliono impauriti e arrabbiati per venderci pubblicità, l'**atto di ribellione più grande** è tornare a costruire spazi di informazione di qualità e relazioni umane autentiche.

Questa è la **seconda parte** del nostro **approfondimento** dedicato alla tappa palermitana di “**Connessioni Digitali**” con **Riccardo Luna**. Ma c'è una fascia di età su cui l'algoritmo sta incidendo di più: i minori. Nella prossima uscita affronteremo il dramma della “generazione ansiosa” e scopriremo perché l'esposizione precoce agli smartphone sta alterando le capacità cognitive dei nostri ragazzi.

[GUARDA IL VIDEO COMPLETO](#)

Riferimento articolo: <https://innovationisland.it/dittatura-algoritmi-business-rabbia-paura-crisi-informazione/>

Generato il 18/05/2026