

REPUTAZIONE A RISCHIO

LANCIA L'ALLARME SULLE FAKE NEWS

DI LISA THIENE

Nel film documentario di **Davide Ippolito**, la costruzione della finta fisionomia di un cantautore. La «*provocazione*» segna l'avvio di una **nuova piattaforma streaming: Business+**, dal 15 aprile

Sarà *Reputazione a rischio*, un film documentario di **Davide Ippolito** sui rischi concreti di danni a causa di fake news nel mondo di oggi, a tenere a battesimo dal 15 aprile una nuova, ambiziosa piattaforma streaming: **Business+**. Il film – hanno spiegato i responsabili, che hanno presentato l'iniziativa alla stampa in marzo nella cornice della Casa del Cinema di Roma – è un'inchiesta in cui viene costruita l'identità fittizia di un cantautore, resa credibile grazie ad alcuni *escamotage* ideati per ispirare in lui affidabilità immediata.

Ippolito si è fatto conoscere già nel 2010 con *Gli scarti*, film premiato in vari festival indipendenti, ed è autore di corti di animazione. È cofondatore, assieme a Joe Casini, di **Zwan**, agenzia specializzata in **Marketing reputazionale**, e della rivista *Reputation Review*. Inoltre, è autore di pubblicazioni sul tema della reputazione, tra i quali *Reputazione capitale del terzo millennio* edito da Mediolanum editori e distribuito da Mondadori.

business+

A prestarsi all'esperimento del docu-film è stato un top manager, l'ex Lehman Brothers **Terenzio Cugia di Sant'Orsola**, che ha finto di essere un cantautore americano al lancio del suo primo album in Italia. L'obiettivo dell'esperimento è dimostrare come sia facile oggi costruirsi una falsa reputazione, in un momento in cui, non solo per le aziende ma per tutti noi, la reputazione costituisce un elemento a cui prestare grande attenzione e che richiede alta considerazione.

«La provocazione alla base di *Reputazione a rischio* – hanno spiegato gli autori – è mettere in luce come sia sufficiente rendere vagamente plausibile la biografia di una persona qualunque,



Davide Ippolito, regista del film.

opportunamente riveduta e corretta, per assicurargli ospitate nella tv generalista, attenzioni della stampa di settore, interventi in radio e quant'altro».

Lo scopo, ricercato attraverso il contributo di esperti del settore come **Viola Bachini**, autrice del libro *Fake People*, **Carmine Spatolano**, Ceo di **Teleinform**, **Michele Sorice** della **Luiss** **Guido Carli**, **Joe Casini**, cofondatore di **Reputation Rating**, è di aprire un dibattito sull'influenzabilità della nostra vita, su quanto le informazioni siano manipolabili e quale riscontro abbia tutto questo sulla nostra quotidianità. «Questo documentario – ha sottolineato **Ippolito** – nasce con l'intento di accendere il dibattito sul tema e dare vita a un filone di prodotti di natura filmica destinati a quello che ho ribattezzato "intrattenimento business": una nuova via per approfondire, grazie al cinema, argomenti cardine del mondo del lavoro e arricchire le proprie soft skills. Con questo spirito assieme a **Joe Casini** abbiamo lanciato **Business+**, una tv digitale che rappresenta una novità nel panorama dell'intrattenimento e anche un nuovo modo di intendere l'approfondimento economico e politico».

Nel doc intervengono tra gli altri il Vicepresidente di **Confindustria** **Vito Grassi**, il Pre-



Claudio Brachino (62 anni), Direttore Editoriale di **Business+**.



Stefano Cuzzilla,
Presidente di
Federmanager.

sidente di Federmanager **Stefano Cuzzilla**, il Presidente di Cida e Manageritalia **Mario Mantovani**, **Matteo Fago**, fondatore di start-up di successo come Venere.com ed editore de *Il Salvagente* (la rivista che tutela i consumatori), **Andrea Maria Mazzaro** Presidente di Federprofessional e **Claudio Brachino**, Direttore e volto storico dell'informazione italiana.

Secondo **Stefano Cuzzilla** «le fake news rappresentano uno dei fenomeni più controversi del web, e in particolare dei social network, canali privilegiati per la loro trasmissione. Il potere d'influenza di queste "notizie", fondato su un'insussistenza fattuale, impone una crescente attenzione al tema della reputazione. Ed è un cambiamento di prospettiva che riguarda tutti, perché la rete concede grande visibilità ancor prima che la notizia possa essere verificata, le criticità sotto il profilo della reputazione sono quindi evidenti. Vale per le persone, innanzitutto, ma anche per le imprese e per ogni altra realtà organizzata. Per questo motivo il documentario Reputazione a rischio merita grande attenzione».

Il documentario ci aiuta a decifrare il cambiamento che hanno imposto le big four della Silicon Valley (Facebook, Amazon, Google,

Terenzio Cugia di Sant'Orsola.

Vito Grassi,
Vicepresidente di
Confindustria. © Blu
Cobalto Photography.

Apple) nelle nostre vite private e come oggi bisogna tutelarsi e saper fruire in modo coscienzioso degli strumenti digitali. «Iperconnessione e capillarità dei social network - sottolinea **Vito Grassi** - hanno dato una forte accelerazione al fenomeno delle fake news: in rete circolano ormai milioni di notizie false, nella maggior parte dei casi diffamatorie, che creano nuovi rischi per la reputazione di imprese e persone. Le imprese hanno iniziato a reagire, ma la velocità della rete continua a giocare un ruolo importante: difendersi con una corretta informazione dalla rapidità di diffusione e moltiplicazione delle fake news è impresa ardua ma non impossibile. L'unica strada è giocare di anticipo più che in difesa, lavorando ogni giorno alla costruzione della credibilità aziendale e di un rapporto di fiducia con i consumatori».

Ad arricchire il documentario le musiche degli Gnu Economy, la band di **Terenzio Cugia**, e dell'autore **Simone Solidoro**, che ha curato la colonna sonora. La produzione, affidata a **Simone D'Andrea** con il supporto della Mawi, vede la direzione visual di **Nicoletta Micheli** e le grafiche di **Francesco Servillo**.

Tra gli interventi proposti nel documentario, anche quello dell'ex Direttore Mediaset **Claudio Brachino**, Direttore Editoriale di **Business+**: «Quanto conta la reputazione oggi? Niente e quindi tutto! È questo paradosso bipolare, in senso semiologico e non clinico - spiega **Brachino** - che fa da fil rouge al documentario

Joe Casini, cofondatore
di **Business+**.



di **Davide Ippolito**. La storia di un manager, nella realtà, che si impone progressivamente nella realtà parallela dei media la dice lunga su come ormai nessun fact-checking, nessun contro-algoritmo, nessun controllo tradizionale delle fonti ci possano difendere in modo efficace dal sistema Fake. «Non sono verosimile ma vero», disse una volta il grande **Eduardo**, uomo del '900, alle lezioni della scuola di drammaturgia dell'Università di Roma. Ma il Falso è entrato ormai nel meccanismo e nella sintassi del Vero, ne ha preso le sembianze semantiche e produce gli stessi effetti psicologici sul destinatario. Il Vero è ciò che percepisco come tale, non un assoluto etico e filosofico. Non guardate su, dice il film dell'anno sulla follia tragicomica dei media e della politica contemporanea, ma guardate bene e sempre a ciò che avete davanti a voi».

Brachino ha anticipato: «Il documentario di **Ippolito** sarà la prima pietra di una nuova tv via web, la **Business+**, una sorta di offerta premium con vari format che potranno essere trovati e visti on-demand. Un'offerta di qualità per manager, imprenditori, politici, ma non snob e specializzata, un'offerta, e un'occasione, di conoscenza per tutti».

Reputazione a rischio sarà disponibile per la visione dal 15 aprile su **Business+**, e in streaming gratuito per un mese per il lancio della piattaforma, al link www.businessplustv.it o scaricando l'App sulla Smart Tv. ■

