

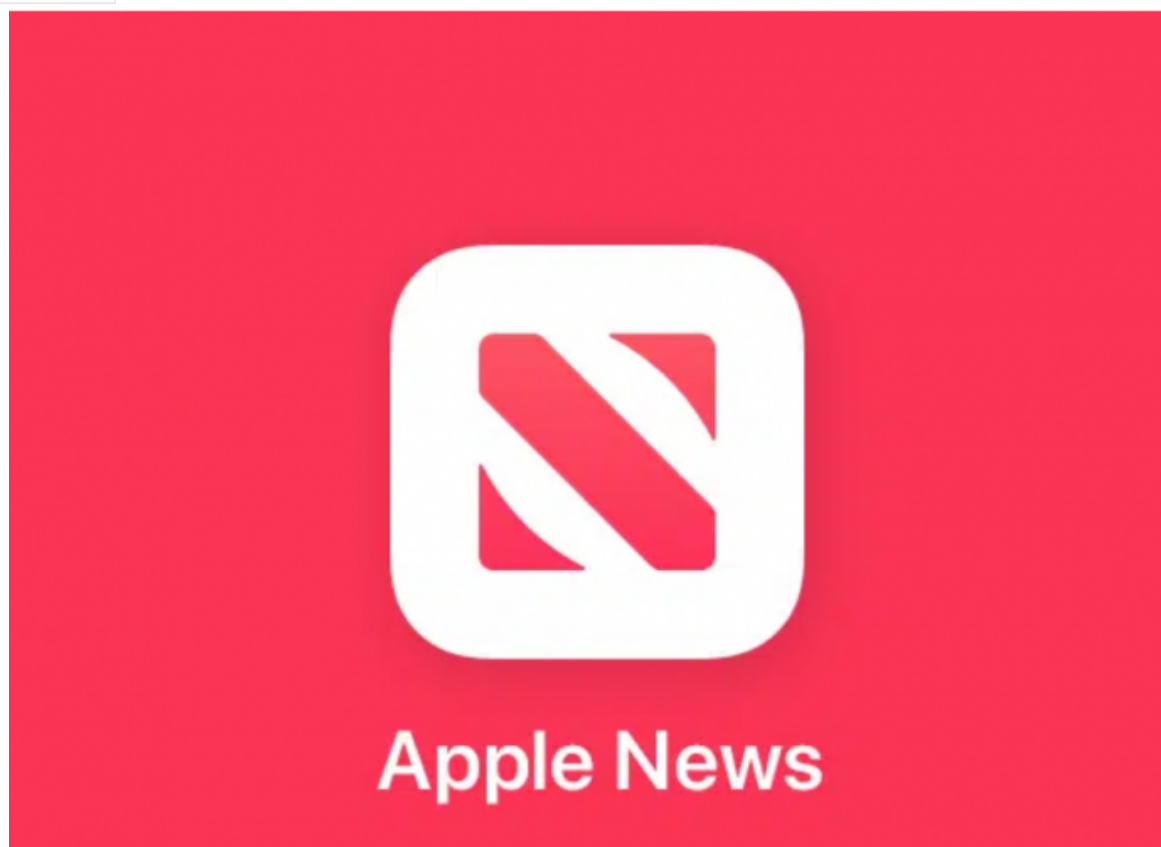
Nuove tecnologie

Apple News non mostra i conservatori: il problema dell'algoritmo

ATTUALITÀ

18_03_2026

**Daniele
Ciacci**



Un'analisi del Media Research Center pubblicata nelle scorse settimane ha fatto rumore negli Stati Uniti: su 620 articoli promossi in evidenza da Apple News nel mese di gennaio 2026, 440 provenivano da testate classificate come progressiste – Washington Post,

NPR, Guardian, NBC News – e nessuno, letteralmente zero, da testate conservatrici come Fox News, Washington Examiner o Daily Wire.

Il dato ha innescato una reazione politica immediata: la senatrice repubblicana Marsha Blackburn ha scritto ad Apple chiedendo spiegazioni, e il presidente della Federal Trade Commission, Andrew Ferguson, ha inviato una lettera formale a Tim Cook, amministratore delegato di Apple, avvertendo che una simile condotta potrebbe configurare pratiche commerciali scorrette nei confronti dei consumatori. La questione è arrivata in Parlamento, e ora Tim Cook dovrà risponderne, ma qualunque correttivo tecnico Apple decida di introdurre rischia di non toccare il cuore del problema: il meccanismo dell'algoritmo che seleziona le notizie.

Apple News non è una testata che si sceglie di comprare: arriva nel telefono prima ancora che l'utente decida di aprire un browser. Questo lo rende uno dei più potenti selettori di informazione al mondo, con una responsabilità editoriale enorme e, fino ad oggi, sostanzialmente opaca. Ma come funziona la selezione di Apple News? Combinando due livelli: una curatela editoriale umana – un team che sceglie le notizie in evidenza ed è guidato da un'ex redattrice del New York Times – e un algoritmo di raccomandazione che, come tutti i sistemi analoghi, ottimizza contenuti con l'obiettivo preciso di coinvolgere l'utente, calcolando l'*engagement* con metriche come clic, tempo di lettura, condivisioni, commenti. È qui che il discorso si fa interessante, e più complesso di quanto la polemica politica lasci intuire. Non è (solo) una questione di pregiudizio editoriale.

Apple ha risposto alle accuse sottolineando che, dal punto di vista tecnico, le testate conservatrici non sono escluse, bensì assenti poiché il traffico Internet più consistente verte su altre testate. E se è vero che l'algoritmo di coinvolgimento la fa da padrone, allora significa che la colpa non è necessariamente da imputarsi alla malafede editoriale, quanto di natura strutturale: i contenuti progressisti generano più partecipazione. I dati disponibili suggeriscono che il pubblico progressista americano, almeno sulle piattaforme digitali, interagisce in modo più intenso con i contenuti rispetto al pubblico conservatore. Non necessariamente perché sia più numeroso, ma perché si comporta diversamente: commenta di più, condivide di più, trascorre più tempo sugli articoli. L'algoritmo registra questo segnale e lo premia. È una distorsione? Tecnicamente no: il sistema fa esattamente ciò per cui è stato progettato. Ma il risultato è che un meccanismo apparentemente neutro produce un effetto di selezione sistematica che avvantaggia certi contenuti rispetto ad altri, indipendentemente dalla loro qualità o dalla loro rappresentatività dell'opinione pubblica reale.

Questa è la trappola concettuale in cui si trova chiunque voglia risolvere il problema. Se Tim Cook decide di intervenire sull'algoritmo per garantire una rappresentanza più equilibrata tra testate di orientamento diverso, dovrà introdurre un criterio di selezione esplicito – che è esattamente ciò di cui oggi lo si accusa – ma verso la sponda opposta. In altre parole: qualunque correzione al sistema neutro è, per definizione, una scelta editoriale e di parte. Non esiste, quindi, un algoritmo senza valori impliciti. La domanda non è se Apple News sia neutrale, bensì in quale modo e con quale forza l'algoritmo non diventi primo censore dell'opinione pubblica, escludendo contenuti non in linea con essa perché strutturalmente non premiati dall'algoritmo. Apple News non è un giornale: è un'infrastruttura. Ed è un'infrastruttura che milioni di persone usano come punto di accesso primario alle notizie, senza sapere con quali criteri vengano selezionate.

In Europa, il Digital Services Act impone alle grandi piattaforme di rendere trasparenti i propri sistemi di raccomandazione e di offrire agli utenti almeno un'alternativa non basata sulla profilazione. L'articolo 40 prevede addirittura la possibilità per i ricercatori indipendenti di accedere ai dati algoritmici. È una direzione giusta, anche se largamente inapplicata. Perché finché gli algoritmi rimangono scatole nere, ogni accusa di bias sarà indimostrabile, ogni difesa sarà irrefutabile, e il dibattito resterà esattamente dove si trova oggi: sul piano della percezione, non dei fatti.

Tim Cook risponderà al Congresso. Probabilmente annuncerà qualche aggiustamento. Ma il problema strutturale – chi decide cosa vediamo, e come – rimarrà intatto.