

# L'informazione può ancora rendere un buon servizio alla verità?

Siamo ancora in grado di distinguere le notizie vere da quelle false? O meglio: siamo ancora propensi a fare uno sforzo per dotarci di qualche strumento che ci consenta di distinguere le une dalle altre?

La risposta a queste domande, come spesso accade nei fenomeni che coinvolgono la persona umana, ha alla base una scelta: dobbiamo scegliere tra un uso sbrigativo dei mezzi a nostra disposizione per comunicare - l'uso che passa attraverso la distorsione "fatta ad arte" della complessità delle vicende umane per piegarla alle nostre ragioni - ed un utilizzo approfondito, spesso faticosissimo, che passa attraverso la condivisione e la compartecipazione di quello che comunichiamo.

Il dilemma tra diffondere notizie "verosimili" ma non vere ha accompagnato l'uomo di tutte le epoche: per il semplice fatto di poter trarre vantaggio dalla loro diffusione, è facile cedere alla tentazione di distruggere un avversario attraverso le falsità. Eppure, nell'epoca presente, questo dilemma diventa pratica quotidiana per ciascuno di noi: perché i mezzi di comunicazione - in particolare quelli messi a disposizione dal *web* - permettono una quantità di "ingressi" della notizia in un circuito grande quanto il mondo, e una mole di "rilanci" di queste notizie inimmaginabile fino a quando non esisteva internet. Insomma, dalla rete è diventato talmente facile trasformarsi in "megafoni" di verità, pseudo-verità e palesi falsità... che non possiamo più prescindere dall'affrontare la tastiera dei computer e degli smartphones con un minimo di buon senso, di rispetto e onestà verso noi stessi e verso gli altri, di buona educazione (che non vuol dire soltanto "*netiquette*", il galateo dei messaggi che mandiamo in giro per il mondo). Si tratta, una volta di più, di un tema educativo.

La riprova dell'urgenza di informare ed informarsi sapendo distinguere una notizia vera dalla classica "bufala" è venuta dall'ingresso nei nostri vocabolari di una nuova parola: post-verità. La post-verità è il riconoscimento come "vero" degli appelli alle emozioni e alle credenze personali, piuttosto che dei fatti oggettivi e riscontrabili; essa tende a sostituire la verità con l'accreditamento che una notizia si guadagna presso i suoi fruitori. Esempio: se cento, mille, centomila persone ritengono che una notizia falsa in realtà è vera, quella notizia si può definire a pieno titolo "post-vera".

Chi è più avvezzo alla frequentazione dei social media potrà sostenere con buone argomentazioni che le post-verità (come anche le autentiche panzane) spacciate come verità sono soggette a rapido smascheramento, per il semplice fatto che altri fruitori di questi mezzi di comunicazione sono in grado di verificarne l'autenticità: sulla base di questa osservazione la notizia verosimile, falsa e post-vera avrebbe vita breve.

Ma siamo sicuri che sia sempre così? Quanti rilanci di una post-verità possono essere avvenuti prima di ottenerne la smentita? Soprattutto: siamo sicuri che coloro che hanno dato per vera una post-verità siano anche raggiunti effettivamente dalla smentita? Torniamo ancora su un tema formativo, passando dall'educare a diffondere responsabilmente le informazioni (= è vero ciò che comunico, mi sono documentato prima di farlo) all'educazione a fruirne responsabilmente (= è autentica la notizia che sto leggendo, sono sicuro della fonte). Con la coscienza che "la verità è inesauribile ed inoggettivabile, e non si coglie che all'interno di una prospettiva sempre parziale" - come afferma la docente di scienze della comunicazione della Cattolica di Milano, Chiara Giaccardi, in un'intervista ad *Avvenire* dello scorso 5 gennaio.

Questo non vuol dire, naturalmente, che dobbiamo abdicare alla scorciatoia mentale che la verità, proprio perché inoggettivabile, non esiste.

La post-verità obbliga, di conseguenza, a spostare l'attenzione dall'oggetto al soggetto dell'informazione, ossia dalla notizia alla coscienza di chi condivide il sapere. Anzi, potremmo dire - con padre Francesco Occhetta, membro del collegio degli scrittori de La Civiltà Cattolica - alla sua "post-coscienza".

Il fatto che le informazioni girino vorticosamente nella rete, e che la loro immissione in questo vortice sia oramai alla portata di moltissime persone, fa percepire questo ambiente globale come molto democratico... solo perché molto popolato. Tuttavia, per essere veramente democratico, questo luogo che sembra abbracciare l'intero pianeta dovrebbe essere abitato da una popolazione disposta al dialogo: e invece osserviamo ampi spazi in cui regna la mancanza di dialogo, perché l'opinione di uno solo viene spacciata per grande competenza... in funzione del numero di "mi piace" ottenuto da un gruppo consistente di seguaci. Per essere vero, il dialogo deve lasciare lo spazio all'opinione diversa; non metterla a tacere perché non corrisponde a quella dominante. Occorrerebbe quindi una predisposizione all'ascolto che, in parecchi casi, scarseggia: con la conseguenza che dietro le opinioni dominanti si possano nascondere in realtà persone isolate, seguite da torme di creduloni, tutti all'inseguimento delle spiegazioni semplicistiche e riduttive. In ogni caso, incapaci di riconoscere la complessità dell'umano, solo perché è scomoda e faticosa.

Insomma, la post-coscienza cerca di tacitare la buona coscienza, proprio come la post-verità cerca di nascondere la verità. Per questo, il vero antidoto ai danni che possono causare l'una e l'altra rimane investire in formazione, coltivare ciò che si è imparato a conoscere in profondità, abituarsi a fornire le ragioni delle proprie posizioni e a chiedere agli altri le ragioni per cui hanno posizioni diverse dalle nostre. Un gran fatica, non c'è dubbio: ma l'alternativa è drammatica... finire ammaliati dal primo "pifferaio magico" che ci attraversa la strada!

Pensiamo sia condivisibile la conclusione che una notizia falsa può essere contrastata soltanto "attraverso la memoria dei fatti e la preparazione rigorosa" (così ancora padre Occhetta su un articolo curato lo scorso mese di giugno nel quaderno n. 4005 de La Civiltà Cattolica): imparare a controllare le fonti; diffidare di opinioni non firmate e del gergo provocatorio; verificare la data in cui una notizia è stata diffusa per non cadere nei tranelli dei "ricicli" di notizie vecchie; saper distinguere la caricatura di un fatto vero (satira) dal suo stravolgimento (menzogna). Soprattutto, ritrovare il coraggio per diffondere notizie buone (= verificate, approfondite con serietà) potrebbe sorprendentemente rivelarsi il miglior metodo per popolare i media di buone notizie (= edificanti e capaci di renderci persone migliori). Per noi cristiani, in particolare, non dovrebbe suonare fuori luogo ricordare che Vangelo significa proprio "buona notizia".

Saper scegliere accuratamente le parole e i modi per trasmettere un messaggio è ormai diventata una necessità, se vogliamo evitare le post-verità e conservare una comunicazione autorevole e non autoritaria. Certo, le autorità di controllo mantengono una grande importanza per vigilare sul "come-dove-quando" una notizia entra nel circuito informativo, ma resta primaria la responsabilità dell'emittente. Forse può esistere uno "sceriffo dei media" che convince con le sanzioni, o con le coercizioni, a non diffondere le post-verità; ma di sicuro possono essere ascoltati i buoni maestri, e questi educano a comportamenti consoni alla verifica e al rilancio della buona informazione (o dis-educano alle mistificazioni, se si tratta di cattivi maestri... che pure - purtroppo - ci sono).

In conclusione, troviamo davvero rispondente all'esigenza di una comunicazione a servizio alla verità questa riflessione di padre Giacomo Costa, direttore di *Aggiornamenti Sociali*: "chi ha sperimentato la differenza tra la gioia, che è il frutto dell'incontro tra persone nella verità, e lo stordimento solipsistico delle molte casse di risonanza che i media mettono a disposizione dell'uomo, troverà nella differenza stessa una bussola per orientarsi in questo tempo". A noi non resta che scegliere: la gioia o lo stordimento?

#### **Per approfondimenti:**

Parole O\_Stili, manifesto della buona comunicazione sui (social)media e non solo: disponibile all'indirizzo <http://www.paroleostili.com/firma-manifesto/>